

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



Design, Comunicação e Modelação do Mundo
Um estudo da condição do design de comunicação a partir do
pensamento de Vilém Flusser

Sara Velez Estêvão

DOUTORAMENTO EM BELAS-ARTES
Especialidade de Design de Comunicação

2016

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



Design, Comunicação e Modelação do Mundo
**Um estudo da condição do design de comunicação a partir do pensa-
mento de Vilém Flusser**

Sara Velez Estêvão

Tese orientada pelo Prof. Doutor Jorge dos Reis (FBA-UL)
e Co-orientada pelo Prof. Doutor Jsé Luís Garcia (ICS-UL)

DOUTORAMENTO EM BELAS-ARTES
Especialidade de Design de Comunicação

2016

Resumo

Esta tese visa questionar a posição contemporânea do design de comunicação a partir da hipótese da sua condição de modelador do mundo. Esta é uma perspectiva original que proponho explorar tendo como mote a obra de Vilém Flusser, uma vez que este autor entende o design e a comunicação como fenómenos culturais de construção humana do mundo.

Não obstante a presença quotidiana do design de comunicação, não têm sido consideradas as suas implicações na formação do mundo contemporâneo. Face ao peso da tecnologia que suporta os seus objectos, e apesar da sua ubiquidade, o design de comunicação é muitas vezes tido por uma actividade inócua, capaz de facilitar a comunicação, porém desprovida de outro tipo de mediação. O pensamento em design de comunicação tem, não só diagnosticado esta presença, como também tem feito notar que está por discutir e por completar uma ontologia da disciplina que tenha em conta as tecnologias de informação e a sua influência.

A investigação é desenvolvida em dois planos que se alimentam mutuamente. Por um lado, a exposição e discussão dos conceitos de Flusser, em diálogo com outros autores, que se relacionam com a hipótese referida. Por outro lado, tal discussão permite enfrentar um conjunto de aspectos fundamentais para o actual design de comunicação: a comunicação, a técnica, a imagem e a desmaterialização dos suportes técnicos. O entrelaçamento dos planos teóricos e analíticos permitirá sustentar o argumento de que a mediação do design de comunicação, num tempo de intensificação da desmaterialização, se vai constituindo como um meio fundamental para a legibilidade do mundo contemporâneo.

Palavras-chave: Teoria do design, Vilém Flusser, Design de Comunicação, Mediação

Abstract

This thesis mainly aims at questioning the contemporary stand of communication's design starting from the hypothesis of communication design as a shaper of the world. This original perspective shall be explored based on Vilém Flusser's thinking, due to his understanding of design and communication as cultural phenomena of the human construction of the world.

Despite the presence of communication design in everyday life, its implications on shaping the contemporary world have not been considered. Given the weight of technology supporting its objects and despite its ubiquity, communication design is sometimes considered a neutral activity capable of facilitating communication, but devoid of any further power. Thinking in communication design has not only diagnosed its presence, but also highlighted that a communication design ontology which takes information technology into account has yet to be discussed and completed.

The current investigation is developed at two mutually influencing levels. First, to present and discuss Flusser's concepts associated with the current hypothesis, in dialogue with other authors. Second, based on this discussion, to tackle a set of fundamental dimensions for current communication design: communication, technology, image and dematerialization of technical supports. Intertwining theoretical and analytical perspectives will support the argument that communication design mediation in times of increasing dematerialization is becoming a powerful tool for contemporary world legibility.

Keywords: Design theory, Vilém Flusser, Communication Design, Mediation

Agradecimentos

A concretização deste trabalho não teria sido de todo possível sem a preciosa contribuição de algumas pessoas a quem agradeço.

Em primeiro lugar aos meus orientadores, Professores Jorge dos Reis e José Luís Garcia, cujos contributos foram fundamentais no decurso da investigação e na conclusão desta tese.

O apoio financeiro do centro de investigação que integro, LabCom, tornou possível a participação em conferências onde tive oportunidade de discutir o meu trabalho e trocar impressões com outros investigadores. A forma generosa como fui recebida no *Vilém Flusser Archiv*, enquanto investigadora convidada, e ao acesso que aí tive à obra de Flusser não publicada contribuíram significativamente para a clarificação da direcção a tomar na tese.

À Filipa Subtil, à Teresa Martinho, à Susana Figueiredo, à Ana Cláudia Jorge, ao Luís Frias, à Catarina Requeijo, ao Gilberto Martins, ao Afonso Borges e à Ana Jaleco, pela amizade e colaboração que prestaram em diversas fases do trabalho.

Ao André Barata, à Catarina Moura, ao Luís Herberto, à Paula Mesquita, à Rita Ochoa e à Sofia Rato, pelo acompanhamento e por me tornarem mais fácil algumas tarefas.

Aos meus amigos e família. Aos meus pais.

Notas prévias

Em concordância com o regulamento de estudos pós-graduados da Universidade de Lisboa, esta tese integra trabalhos anteriormente publicados. A dissertação de mestrado defendida em 2010 com o título *Design, Comunicação e Mediação, contribuição de Vilém Flusser para uma Sociologia do Design* foi na sua totalidade integrada nos capítulos 3, 4 e 5. Assim como o artigo “Objectos de In-formação. Notas para uma Discussão Fenomenológica do Design de Comunicação” foi incluído no capítulo 4.

Todas as citações de obras publicadas em língua estrangeira foram traduzidas para este trabalho, com excepção de expressões pontuais que perderiam significado com a tradução. Todas as citações de textos originalmente em português do Brasil, foram assim mantidas.

Índice

Índice de imagens.....	XV
Glossário de termos de Vilém Flusser.....	XVII
Introdução.....	23

Capítulo 1

A modelação do design e a modelação pelo design.....	35
O design da comunicação no mundo contemporâneo: questões conceptuais	
Dilemas da génese do design na sua relação com o mundo industrial	
Sujeitos, objectos, estilos, fragmentação da cultura e capitalismo avançado	
Do reconhecimento da expansão do design ao design como problema contemporâneo	

Capítulo 2

Design - Comunicação e Condição Humana.....	81
Design e comunicação como artifício humano	
Traição da forma e perda de autenticidade	
Acção sobre o mundo como forma de liberdade	
O design em Flusser e a condição humana em Hannah Arendt	
Otl Aicher: uma visão do design como condição humana	

Capítulo 3

A Condição do Design.....	115
Mundo objectivo, mundo subjectivo. <i>Hard e soft.</i>	
Estetização e falácia da dicotomia arte/técnica	
Design do mundo codificado	

Capítulo 4

O Objecto como Obstáculo Dialógico.....143

Design de obstáculos

Os meta-códigos do design como meta-objectos

Obstáculos dialógicos

Capítulo 5

Design da Nova Imaginação.....153

Uma sociedade de comunicação total

Da cultura material para o design imaterial

Ciência e novas imaginações

Capítulo 6

A Modelação do Mundo pelo Design de Comunicação como Problema Ético.....205

Desvalorização

Dilema moral e responsabilidade

Uma ética para o design de comunicação na era da nova imaginação

Conclusão.....239

Bibliografia.....249

Fontes das Imagens.....267

Índice de imagens

01. A. W. N. Pugin, Mesa, 1852-1853	50
02. A. W. N. Pugin, Armário 1850	50
03. Chaleira eléctrica. Design de Peter Behrens para a AEG (Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft), Berlin, 1909.....	61
04. Logomarca de Peter Behrens para a AEG, 1907.....	61
05. Questionário sobre a relação entre as cores primárias e formas geométricas base, Vassily Kandinsky, 1922-23.....	65
06. "O Cubo Vermelho", projecto para habitação unifamiliar, Farkas Molnar, 1923.....	65
07. Cozinha Frankfurt, estudo dos percursos feitos numa cozinha como o propósito de minimizar o desperdício de percursos entre os vários pontos.....	67
08. Cozinha Frankfurt, 1926, Margarete Schütte-Lihotzky.....	67
09. Máquina de escrever Olivetti, 1936.....	79
10. Espécime da fonte tipográfica Lisboa.....	95
11. Pictogramas concebidos por Otl Aicher para os jogos olímpicos de Munique em 1972.....	95
12. Kevin He, cartaz com fonte tipográfica chinesa Kong, 2013.....	95
13. Diagrama da estruturas hierárquicas das actividades nas diferentes eras, Vilém Flusser, s.d.....	108
14. <i>Sixth Sense Interface wearable</i> gestual desenvolvido por Pranav Mistry e Pattie Maes no <i>Media Lab</i> do MIT, 2009.....	117
15. Cerâmicas wedgwood, <i>Queen's Ware with green water leaf pattern</i> , c. 1790.....	122
16. Katherine McCoy Cartaz para o programa de graduação em Design da Cranbrook academy, 1989.....	136
17. Página dupla do nº 13 da revista Emigre, Rudy Vanderlans, 1989.....	137
18. Entrevista a Brian Ferry, David Carson para a revista <i>Ray Gun</i> , 1994.....	137
19. Cartaz para a exposição Kunst Kredit, Wolfgang Weingart, 1979.....	139

20. Rádios anos 1920-30.....	148
21. Interface Skype versão 5.1.....	156
22. Mapa mundo, projecção Mercator.....	159
23. Mapa mundo, <i>Upside down</i>	159
24. Relação entre o programa, o objectivo da acção, o utilizador e o interface, Gui Bonsiepe, 1990.....	163
25. Boletim de voto borboleta, eleições presidenciais E.U.A. 2000.....	172
26. Lista constante do livro <i>Speculative Design</i>	192
27. <i>Technological Dream series</i> : Nº1, Robots, 2007.....	193
28. Map of Eneropa, Rem Koolhaas, 2010.....	195
29. Fotogramas do filme <i>Powers of Ten</i> , Charles and Ray Eames, 1977.....	197
30. Mapa de visualização da matéria negra, Richard Massey e Nick Scoville, 2007.....	197
31. Identidade visual Seed Media Group, Stefan Sagmeister, 2005.....	198
32. Microscopia fluorescente do cérebro de ratinhos, <i>Brainbow</i> . Jeff Lichtman, 2009.....	199
33. Interfaces de visualização da actividade no <i>website</i> Digg, Stamen Design, 2008.....	201
34. Urinol no Aeroporto de Schipoll, Amesterdão.....	218
35. Proposta tipo de menu de restaurantes para promover alimentação saudável, Cornell Food and Brand Lab, 2014.....	221
36. Cartaz com os dez princípios do bom design de Dieter Rams, Studio Bibliothèque para Vitsoe, 2009.....	223
37. interface do sistema operativo Google Now com o histórico da distância percorrida a pé ou de bicicleta.....	232
38. fotograma de Nike+ Timelapse vídeo Cooper Smith, 2011.....	233
39. Ecrã do portal Gov.uk, Government Digital Service, 2012.....	236

Glossário dos conceitos de Flusser¹

Aparelho: brinquedo que simula um dado tipo de pensamento.

Aparelho fotográfico: brinquedo que traduz pensamento conceptual em fotografias.

Autômato: aparelho que obedece a um programa que se desenvolve ao acaso.

Brinquedo: objecto para jogar.

Código: sistema de signos ordenado por regras.

Conceito: elemento constitutivo de texto.

Conceptualização: capacidade para compor e decifrar textos.

Consciência histórica: consciência da linearidade (por exemplo, a causalidade).

Decifrar: revelar o significado convencionalizado de símbolos. *Entropia*: tendência para situações cada vez mais prováveis. *Fotografia*: imagem tipo-folheto produzida e distribuída por aparelho.

Fotógrafo: pessoa que procura inserir na imagem informações imprevistas pelo aparelho fotográfico.

Funcionário: pessoa que brinca com um aparelho e age em função dele.

História: tradução linearmente progressiva de ideias em conceitos, ou de imagens em textos.

Ideia: elemento constitutivo da imagem.

¹ Reprodução do glossário incluído na edição portuguesa do Ensaio sobre a Fotografia (1998 [1983]) com o título “Glossário para uma Futura Filosofia da Fotografia

Idolatria: incapacidade de decifrar os significados da ideia, não obstante a capacidade de a ler, portanto, adoração da imagem.

Imagem: superfície significativa na qual as ideias se interrelacionam magicamente.

Imagem técnica: imagem produzida por aparelhos.

Imaginação: capacidade para compor e decifrar imagens.

Informação: situação pouco provável.

Informar: produzir situações pouco prováveis e imprimi-las em objectos. *Instrumento*: simulação de um órgão do corpo humano que serve para o trabalho. *Jogo*: actividade que tem o seu fim em si mesma.

Magia: existência no espaço-tempo do eterno retorno.

Máquina: instrumento no qual a simulação passou pelo crivo da teoria.

Memória: celeiro de informações.

Objecto: algo contra o qual esbarramos.

Objecto cultural: objecto portador de informação impressa pelo homem.

Pós-história: processo circular que retraduz textos em imagens.

Pré-história: domínio de ideias, ausência de conceitos; ou domínio de imagens, ausência de textos.

Produção: actividade que transporta o objecto da natureza para a cultura.

Programa: jogo de combinação com elementos claros e distintos.

Realidade: tudo contra o que esbarramos no caminho para a morte, portanto, aquilo que nos interessa.

Redundância: informação repetida, portanto, situação provável.

Rito: comportamento próprio da forma existencial mágica.

Scanning: movimento de «varrer» que decifra uma situação.

Sectores primário e secundário: campos de actividade onde objectos são produzidos ou informados.

Sector terciário: campo de actividade onde são produzidas informações.

Significado: meta do signo.

Signo: fenómeno cuja meta é outro fenómeno.

Simbolo: signo convencionado consciente ou inconscientemente.

Sintoma: signo causado pelo seu significado.

Situação: cena onde são significativas as relações-entre-as-coisas e não as coisas-mesmas.

Sociedade industrial: sociedade onde a maioria das pessoas trabalha com máquinas.

Sociedade pós- industrial: sociedade onde a maioria das pessoas trabalha no sector terciário.

Texto: signos de escrita em linhas.

Textolatria: incapacidade de decifrar conceitos nos signos de um texto, não obstante a capacidade de os ler, portanto, adoração do texto.

Trabalho: actividade que traduz e informa objectos.

Traduzir: mudar de um código para outro, portanto, saltar de um universo para outro.

Universo: conjunto de combinações de um código, ou dos significados de um código.

Valor: *dever-se.*

Válido: algo que é como deve ser.

Introdução

A presença ubíqua do design de comunicação no mundo contemporâneo tem sido referida com frequência por diversos autores desde as últimas décadas. Acresce ainda que, hoje, o design de comunicação assenta, em grande medida, nas tecnologias de informação cujos aparelhos vão sendo progressivamente desmaterializados, aparentando, por isso, uma comunicação “mais natural”. Apesar de a evidência desta ocupação quotidiana do design de comunicação, não têm sido consideradas as suas implicações na formação do mundo contemporâneo. Face ao peso da tecnologia que suporta os seus objectos, não obstante a sua ubiquidade, o design de comunicação é muitas vezes tomado por uma actividade inócua (mesmo por aqueles que a praticam), capaz de facilitar a comunicação, porém desprovida de outro tipo de poder. O pensamento em design de comunicação tem, não só diagnosticado esta presença, como também tem feito notar que estão por discutir âmbitos ontológicos da disciplina que tenham em conta as tecnologias de informação.

A obra de Vilém Flusser, não sendo dedicada especificamente ao design de comunicação, desenvolve uma perspectiva singular sobre o que pode ser o papel deste num mundo mediado pelas tecnologias de informação: a de que, quer o design, quer a comunicação, modelam o mundo e a vivência que temos dele. Como pode ser encontrado nos textos sobre a sua génese, o

próprio design de comunicação, no seu cerne, resulta da associação destas duas disciplinas - design e ciências da comunicação.

Este estudo pretende contribuir para o avanço do conhecimento e definição de esferas ontológicas do design de comunicação, e, por essa via, sugerir pistas para a sua prática, através da análise da perspectiva original de Vilém Flusser aplicada à reflexão sobre esta área. Trata-se de apontar vias para a solidificação e extensão de uma ponte, que se tem progressivamente tentado atravessar, entre os estudos de design e os estudos teóricos sobre a sociedade pós-industrial, conjugando o olhar interno com um necessário distanciamento externo. Pretende-se, assim, questionar a importância e analisar a responsabilidade do design de comunicação na constituição da(s) sociedade(s) contemporânea(s) baseada(s) nos meios de comunicação; estudar o contributo do pensamento de Vilém Flusser para a teoria do design de comunicação; contribuir para a teoria do design de comunicação propondo uma linha conceptual capaz de informar a sua prática.

Objecto de estudo e questão de partida

Esta tese visa questionar a posição contemporânea do design de comunicação a partir da hipótese da sua condição de modelador do mundo. É esta perspectiva original que se pretende explorar tendo como mote a obra de Vilém Flusser, uma vez que este autor entende o design e a comunicação como fenómenos culturais de construção humana do mundo. A investigação será desenvolvida em dois planos que se alimentam mutuamente. Por um lado, a exposição e discussão dos conceitos de Flusser, em diálogo com outros autores, que se relacionam com a hipótese referida. Por outro, tal discussão permitirá enfrentar um conjunto de aspectos fundamentais para o actual design de comunicação: a comunicação, a técnica, a imagem e a desmaterialização dos suportes técnicos. O entrelaçamento dos planos teóricos e analíticos permitirá sustentar o argumento de que a mediação do design de comunicação, num tempo de intensificação da desmaterialização, se vai constituindo como um meio fundamental para a legibilidade do mundo contemporâneo.

Neste contexto propomo-nos a procurar respostas para a seguinte questão de partida, a qual se desdobra em duas alíneas:

1. Em que sentido, ou sentidos, é possível conceber o Design de Comunicação como um dispositivo de configuração do mundo contemporâneo?

- a.Qual a contribuição original do pensamento de Vilém Flusser na sustentação da ideia do design de comunicação como modelador do mundo?
- b.Quais as implicações centrais do design de comunicação para os processos de legibilidade mundo contemporâneo?

Enquadramento Teórico

Um olhar sobre o design de comunicação tal como é praticado e discutido neste tempo e em anos recentes, captará a sua permeabilidade a outras disciplinas e, vice-versa, a sua expansão a áreas que não há muito tempo poderiam ser consideradas antagónicas. Adjectivos como relacional (Blauvelt, 2010:45-49) ou colaborativo, têm sido associados às características do design contemporâneo e a propostas de metodologia no processo de design. São diversas as proposições que colocam o designer sempre associado a expressões que, se por um lado promovem o diálogo como a colaborativa e participativa, por outro associam-no a uma certa omnipresença cultural como a de autor ou produtor. José Bártolo (2010:51-63) faz um alinhamento destas tendências indicadas acima. Uma renovada articulação do design com a ciência exaustivamente apresentada pela exposição de 2008 *Design and the Elastic Mind* que teve lugar no Museu de Arte Moderna em Nova Iorque (MoMA), bem como a exposição *Talk to Me* (2011), ambas comissariadas por Paola Antonelli têm na sua essência, já não a definição formal do design, como noutras exposições míticas do MoMA, mas a noção de contaminação mútua e ealargamento do design. No que diz especificamente respeito ao design de comunicação, podemos entender aqui uma desmaterialização da cultura e a maior inter-relação, em cada objecto, do conhecimento científico com a manipulação formal. Tal tem provocado declarações de reconhecimento e apelos a uma ética no exercício do design. Mesmo os mais entusiastas das reconfigurações epistemológicas do design e da ciência na sua renovada relação o têm feito. No catálogo da exposição *Design and the Elastic Mind*, Barry Bergdoll, um dos seus curadores, a propósito das novas possibilidades da relação entre ciência e design como “agentes de progresso” entende existir “um claro tom de urgência” na forma como o design e a ciência “devem lidar com as consequências” da sua “in-formação” do mundo (2008: 9).

O design, enquanto atitude cultural, é equiparado por Flusser a qualquer outro processo artificial de construção humana do mundo, como sejam a técnica ou a comunicação, e tal pressupõe a sua admissão como fenómeno intrínseco da sociedade pós-industrial. Esse reconheci-

mento por parte dos autores que questionam as sociedades contemporâneas é, para Gui Bonsiepe, consequência da popularização do design ocorrida a partir do pós-modernismo. De acordo com o autor, “só numa época tardia o design se tornou objecto de reflexão da filosofia e da ciência (...). Nos anos 1970 e 1980, com a onda que popularizou o design e levou a esforços suplementares para o promover, expandiu-se o discurso sobre design” (1999:20). Não obstante, a reflexão sobre design por parte de pensadores daquelas áreas tem-se tornado mais frequente em anos recentes.

É possível observar dois contextos em que o design é colocado como pólo central que, no entanto, se cruzam. É no fim dos anos 1960 que Jean Baudrillard enquadra o design no seu sistema da economia política do signo, como elemento central da sociedade de consumo e de uma vivência em processo de abstracção por via da significação dos objectos. Mais recentemente, Hal Foster vem fazer uma actualização desta perspectiva no seu *Design and Crime* (2002), propondo um alargamento da influência semântica do design. Numa outra linha, proveniente dos estudos sociais e filosóficos da tecnologia poder-se-á enquadrar autores como Albert Borgmann, cujos textos têm presença em publicações de design, como sejam a revista académica *Design Issues* editada pelo MIT. Neste campo da tecnologia pode ainda incluir-se nomes como os de Don Ihde ou Peter Paul-Verbeek. Carl Mitcham e Langdon Winner são também dois importantes autores que têm introduzido o design como questão na sociedade contemporânea. Em todas estas abordagens, tenham elas ênfase nos estudos sobre tecnologia, uma perspectiva relacionada com a sociedade de consumo ou um olhar mais político, identifica-se uma preocupação transversal com a mediação operada pelo design que se interliga com uma noção ética de toda a produção cultural humana.

É possível realçar a diferença quantitativa entre o pensamento publicado dedicado ao design de comunicação e ao design na sua forma genérica, que tendencialmente recai sobre a produção de objectos.

Já sobre a mediação particular exercida pelo design de comunicação, a obra produzida é mais escassa. De facto, sobre o assunto da mediação da informação e suas tecnologias se têm debruçado alguns pensadores proeminentes. Albert Borgmann aborda o problema da informação e da sua relação distanciada da realidade pelas tecnologias de informação num dos textos publicados na *Design Issues* (2010 [1995]: 53-60), porém Abraham Moles, tanto quanto foi possível apurar, foi o único destes autores a dedicar algum estudo especificamente ao design de comunicação e ao seu papel mediador da acção do homem. Concretamente em “The Legibility of the

World: A Project of Graphic Design” (1989 [1986]:119-129) onde o design gráfico² é visto como a actividade que proporcionará a legibilidade do mundo e, por essa via, uma melhor consciência das acções tomadas por cada um.

Nesta articulação a filosofia surge em anos recentes, de maneira incipiente, como uma área de estudo do design admitida por aqueles que a promovem como uma consequência do questionamento filosófico do design já acima afluído. Numa breve pesquisa bibliográfica pode situar-se a colectânea de textos de Flusser publicada em 1993, *Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design* como a primeira publicação com o termo filosofia do design como título, não obstante nenhum dos textos usar o termo filosofia do design. Nos anos seguintes a esta publicação, todavia não necessariamente a ela devido, foi publicado um artigo de Terence Love na revista *Design Studies* (2000: 293-313) onde defende a filosofia do design como uma meta-estrutura para a investigação em teoria do design. Um número especial da publicação sobre filosofia do design publicado em 2002 e dirigido por Per Galle. No ano seguinte era disponibilizado o primeiro número da publicação em linha *Design Philosophy Papers*. Em meados da década de 2000 é fundado o *Centre for Philosophy & Design*, actualmente dirigido por Per Galle, com sede na Royal Danish Academy of Fine Arts, School of Design.

Podemos tomar como exemplo do início do pensamento com raízes filosóficas sobre o design a bem conhecida influência do trabalho de John Ruskin em William Morris e no movimento *Arts and Crafts* ou o de autores como Heidegger, Benjamin, Barthes ou Baudrillard que são convidados clássicos da produção contemporânea teórica e crítica sobre design. É importante lembrar neste ponto, que a teoria em design, como noutras disciplinas, não está, por enquanto, fixada num entendimento único comum nem quanto à sua função, nem quanto à sua distância ou posição em relação à prática do design. De um ponto de vista filosófico, podemos encontrar um entendimento da teoria como tendo um papel no esclarecimento ontológico ou epistemológico da disciplina, porém ocorre que é também considerada teoria a crítica do design (dos objectos ou das práticas de design), ou mesmo a definição de modelos metodológicos. Todavia, a caracterização teórica que se pretende desenvolver nesta tese é em tudo aproximada da caracterização de Love já afluída nas linhas de cima em que a filosofia do design se entende como uma metateoria do design e por isso mais distanciada, naquilo que a distância tem de vantajoso, o ganho de uma perspectiva mais global, da prática quotidiana do design.

² Não obstante esta tese tratar o design de comunicação, é deixado o termo design gráfico sempre que é usado pelos autores referidos.

A perspectiva de Vilém Flusser

Um conjunto de contribuições valiosas para uma reflexão sobre o design de comunicação e as tecnologias de informação pode ser encontrada na obra do pensador de origem checoslovaca, Vilém Flusser. Flusser (1920-1991), que residiu no Brasil durante mais de 30 anos escapando da ocupação Nazi de Praga e tendo posteriormente regressado à Europa para viver em França, deixou estudos relevantes na forma de ensaios curtos e em diferentes línguas, sobre comunicação, técnica e design.

Não sendo num sentido estrito um filósofo da técnica, Flusser analisa os objectos técnicos e os aparelhos de um ponto de vista fenomenológico, além dos seus diversos ensaios em que o problema do design é abordado. O autor é com frequência referenciado nos textos relacionados com a filosofia do design, porém quase sempre de maneira superficial para pontualmente reforçar um ou outro conceito. O seu texto sobre design mais citado é, numa observação breve, aquele que se dedica a explorar a posição ocupada pelo design no mundo contemporâneo por via da linguagem, isto é, através de uma dissecação e comparação etimológica da palavra design partindo do seu significado actual (1999 [1993]: 17-21). São depois pontualmente citados os seus ensaios sobre a forma e sobre os objectos de design na sua condição dúplice de resolverem problemas e simultaneamente causarem obstáculos.

Os seus escritos têm vindo a ser editados e mais traduzidos. Até há poucos Flusser era editado essencialmente em dois países, no Brasil, onde viveu cerca de 30 anos, estavam editados os seus ensaios sobre a linguagem e sobre migrações, produzidos à época da sua residência naquele país. Na Alemanha, em cuja língua escreveu grande parte dos ensaios depois do regresso à Europa, concentravam-se os textos sobre comunicação, técnica e design. Nos últimos anos, porém, têm-se multiplicado as traduções do seu trabalho, o que diz muito sobre proliferação da sua obra. Em particular o *Vilém Flusser Archiv* tem desenvolvido grandes esforços na tradução para inglês das suas publicações que têm sido editadas quer nos Estados Unidos quer no Reino Unido. Em Portugal estão editados apenas dois dos seus livros, *Ensaio sobre a Fotografia* (1998) e, recentemente, *A Forma das Coisas, Uma Filosofia do Design* (2010). Nos últimos anos um protocolo entre a imprensa da Universidade de Coimbra e a editora das principais obras de Flusser no Brasil, *Annablume*, permitiu publicar em Portugal a versão brasileira de alguns dos

seus trabalhos. Não obstante a atenção dedicada à obra deste pensador ter vindo a ser mais notória, o estudo que lhe é consagrado permanece, de facto, ainda pouco aprofundado e divulgado. Observando-se, uma vez mais, que a maior atenção lhe é dedicada por investigadores brasileiros ou alemães, os temas destas investigações incidem maioritariamente sobre os seus estudos da linguagem e da comunicação.

No que ao trabalho de Flusser sobre design e técnica diz respeito, com excepção de pequenos ensaios que lhe são dedicados (veja-se o arquivo da publicação em linha *Flusser Studies* ou o blogue sobre filosofia do design publicado por jovens designers e investigadores brasileiros) e do entusiasmo por Flusser demonstrado, está por fazer uma investigação profunda sobre o design em Flusser.

Nesta acepção, o tema proposto nesta investigação, discutir a posição ontológica contemporânea do design de comunicação a partir da leitura da obra de Flusser, não encontra correspondência na investigação que a esta data se conhece sobre o trabalho de Vilém Flusser, ou sobre o design de comunicação.

Metodologia e processo de investigação

O ponto de partida deste trabalho consiste em explorar os conceitos de Vilém Flusser em redor de um conjunto de questões fundamentais para o design de comunicação. Tais questões dizem respeito, quer ao estatuto do design, quer a uma série de domínios associados à sua intervenção: comunicação, técnica, imagem e desmaterialização dos suportes. As noções de Flusser são enquadradas nos contextos da sua emergência e colocadas em discussão com outras referências teóricas.

Os textos estudados foram escolhidos de acordo com a representatividade que oferecem dos conceitos relativos ao design e à comunicação presentes no seu pensamento, mas também seguindo os parâmetros problemáticos daquilo que justifica o tema da tese para o design de comunicação. O processo de escolha dos textos partiu, da investigação prévia desenvolvida na anterior dissertação de mestrado. Aos textos aí integrados foram acrescentados outros já publicados. Porém, o período de investigação acolhido pelo *Vilém Flusser Archiv* na *Universitat der Kunst* em Berlim foi decisivo na recolha, identificação e confirmação de algumas pistas sobre o pensamento do autor relacionado com o design. É graças a esse período de investigação que

foi possível incluir nesta tese conceitos desenvolvidos nalguns manuscritos não publicados, ou que já não estavam disponíveis.

Desta forma, procura-se relacionar as teorias de Flusser, e a constelação de respostas que engendra com vertentes analíticas atinentes aos processos de legibilidade do mundo contemporâneo, em diálogo com o pensamento sobre os problemas de design de comunicação ali sugeridos. De acordo com o tema e objectivos referidos, e tratando-se de uma investigação com um forte cunho teórico, aplica-se um método hermenêutico enquanto processo de análise dos textos estudados.

Seguindo a forma de abordagem adoptada pelo autor principal aqui estudado, a fenomenologia orientará igualmente o olhar para o objecto de estudo, uma vez que se trata de entender o mundo, no contexto em que o design de comunicação é aplicado. Utiliza-se portanto, a interpretação como chave para o entendimento e para iluminar conceitos pela dialéctica aí gerada, o que permitirá explorar e discutir o objecto de investigação.

Não se pretende, pois, uma observação directa do objecto, neste caso objectos de design de comunicação, enquanto estudos de caso. No entanto opta-se por recorrer a exemplos (objectos de design de comunicação) a fim de ilustrar e contextualizar os conceitos desenvolvidos. O objectivo da opção por esta metodologia é pois definir e estabelecer modelos conceptuais, explicações e estruturas do tema aqui escolhido, recorrendo à literatura de investigação.

Estrutura

Esta tese é dividida em três partes compostas por dois capítulos cada uma. Na parte um procura-se entender como o design se constitui como um problema para pensar o mundo. Na parte dois estuda-se a essência ontológica do design de comunicação e das dimensões, que aí possam estar inscritas, que permitam questionar a sua mediação enquanto actividade modeladora do mundo. Já na parte três questiona-se o design de comunicação e as suas implicações na sociedade de informação desmaterializada.

Num capítulo inicial, começa-se por caracterizar o design de comunicação enquanto disciplina a fim de delimitar o objecto de partida. A investigação desenvolve-se depois em torno da pesquisa, análise e sistematização do pensamento teórico em design e em design de comunicação, relevante para o objecto de estudo. A fim de chegar a discutir a proposição do design de comunicação como modelador do mundo é útil entender como chega o design a ser visto enquanto questão para pensar este mesmo mundo. Mais além da resenha do estado da arte, pretende-se

definir os problemas encontrados nos estudos de design que permitam enquadrar a questão do design de comunicação enquanto modelador, não só da visão humana do mundo, como também da acção humana no mundo. Procura-se ainda isolar especificidades do design de comunicação que proporcionem uma prossecução mais delimitada dos trabalhos de investigação.

Numa segunda parte deste primeiro capítulo estuda-se o design como objecto de pensamento nas disciplinas que se dedicam a questionar a existência e acção humanas, como sejam a filosofia ou a teoria social. Alargando-se, destarte, o olhar sobre o design de comunicação ao encontro de perspectivas nem sempre evidentes no estudo interno da disciplina. O cruzamento destas perspectivas com as questões levantadas pelos estudos de design delimitará o campo de partida.

No segundo capítulo são apresentados os conceitos definidores do pensamento de Flusser sobre o design, estudando os ensaios onde são definidos os pressupostos desse entendimento. As dimensões principais do problema do design em Vilém Flusser partem da noção do design como fazendo parte da nossa condição humana transformando-se este mesmo numa condição: Ser um ser humano é um design contra a natureza, produzir objectos de design faz parte da condição humana de oposição ao mundo natural para ultrapassar os obstáculos que a natureza lhe propõe. É discutido o carácter artificial da comunicação e as possibilidades do seu estudo teórico defendidos por Flusser; a forma como os códigos predominantes em cada época, como o texto ou a imagem contribuem para “modelar” os seus paradigmas e a sua visão sobre as formas de comunicação omnidireccionais, ou, idealmente, dialógicas. Analisa-se a forma segundo a qual o design de comunicação absorve o carácter da comunicação, quer este se sobreponha ao da condição do design ou contribua para transformar essa mesma condição, bem como as suas implicações. Vilém Flusser refere-se, no contexto do seu pensamento sobre imagem técnica, às possibilidades de escapar ao modo de vida distanciado e acrítico, por aquela proporcionado, para uma vivência liberta de tais constrangimentos. Uma dessas possibilidades é o jogo, que consiste em explorar e ultrapassar os limites dos aparelhos que produzem as imagens. Trata-se, assim, de um jogo que se desenvolve contra o aparelho por aqueles que os operam. *Homo ludens* é a classificação que Flusser atribui ao Homem deste tempo que, mais do que criar, brinca dentro das possibilidades dos aparelhos e joga com a informação, compondo e recompondo as suas formas.

No terceiro capítulo discute-se a centralidade da reunião entre arte e técnica enquanto palavras de significados etimológicos semelhantes. Explora-se a sua condição dialéctica e a impor-

tância da dicotomia arte /técnica para essa influência. Confronta-se a sua concepção com autores que se referem a esta dicotomia, quer como constituinte do design, quer como relação entre o mundo da arte e o da técnica. Procura-se ainda, nas origens da actividade de design, e particularmente do design de comunicação, a importância daquela dicotomia para a sua definição.

A seguir discute-se como outro par dicotómico, forma/função, do qual surgem perspectivas no design que colocam em questão uma maior atenção à forma visual ou à sua funcionalidade, se interpôs como dominante na concepção contemporânea de design. É abordada ainda, a sua influência estetizante e a consequente contribuição enquanto fonte de valor.

São abordadas ainda as circunstâncias em que os códigos utilizados em design de comunicação projectam a linearidade do texto ou a circularidade da imagem a que Flusser se refere. Estuda-se também a forma como os códigos do design de comunicação intervêm na mediação por este exercida.

No capítulo quatro explora-se particularmente a noção do objecto de design como assumindo uma dupla condição de objecto/obstáculo pela sua mediação. Estabelece-se ainda um nexos com o design de comunicação, identificando as problemáticas deste capítulo que lhe estão associadas e os contributos das mesmas para a disciplina. Começa-se por aprofundar a condição de obstáculo, entendida por Flusser como a face oculta dos objectos de design, colocando-a em diálogo com alguns momentos em que a história do design ilustra esta concepção. Aborda-se especificamente a condição dos objectos de design de comunicação no processo de resolução de problemas e de consequente geração de obstáculos na comunicação da experiência humana do mundo. Procura-se ainda enquadrar os objectos de design de comunicação no seu objectivo dialógico. Explora-se as possibilidades de atenção dos designers ao diálogo com os destinatários dos seus objectos de comunicação, à sua inter-relação. Desta forma, abordamos a relação de interface que estes assumem naquele processo de diálogo e coloca-se em questão concepções que defendem uma atenção à retórica formal do design, explorando a relação dos argumentos de retórica com a mediação do design de comunicação.

No capítulo cinco procura-se estudar as consequências da desmaterialização dos meios em relação directa com as tendências recentes do design de comunicação que exploram a renovada relação entre ciência e design. Esta relação manifesta-se, quer na forma de visualização e mapeamento de fenómenos científicos ou informação abstracta, quer no uso do conhecimento científico para a criação de objectos de comunicação. O trabalho a desenvolver pressupõe a sintetização das fases anteriores em articulação com as pistas que Flusser deixou para o entendimento dos fenómenos relacionados com a vivência numa sociedade de informação. Analisam-se

estes conceitos tendo presente a forma como Flusser vê os objectos de design na condição dupla de obstáculos, advogando a atenção à criação de objectos com carácter dialógico. Na transição para uma desmaterialização proporcionada pelas tecnologias de informação ligadas em rede, Flusser encontra condições para a possibilidade de concretização de uma sociedade em que a comunicação seja dialógica e livre de obstáculos. À criação de “designs de uso imaterial”, concretizados em códigos informáticos, Flusser chama “nova imaginação”. Este conceito em dialéctica com o trabalho desenvolvido nas fases anteriores, permitirá questionar quais as características destes novos objectos produzidas pelo design de comunicação, a forma como poderão estar a “in-formar” o mundo e averiguar a evolução na concretização daquela sociedade a que Flusser aspirava.

Finalmente no capítulo seis, propõe-se desenvolver uma perspectiva sobre os problemas éticos do design de comunicação, em particular sob as condições de uma sociedade de informação desmaterializada. De certa forma este capítulo constitui-se como um corolário de todos os anteriores, uma vez que os dilemas éticos, de responsabilidade ou de moral, estão subjacentes às problemáticas estudadas ao longo dos capítulos anteriores. Acresce que, acompanhando a progressiva expansão do design, se vêm multiplicando os apelos a um questionamento ético da sua actividade. Começa-se por abordar a desvalorização dos valores associados aos objectos, e a transferência de valor para a informação, como aproximação aos dilemas sobre os aspectos morais dos objectos de design de comunicação, bem como a sua relação com a responsabilidade. Por fim integra-se os aspectos anteriores na actual sociedade de informação desmaterializada, fazendo referência às particularidades e desafios éticos do design de comunicação assente nesses suportes.

Capítulo 1

A modelação do design e a modelação pelo design

Olhar para o design como problema pode sugerir à partida dois caminhos possíveis, entre outros. No primeiro o design é visto como problema de estudo, isto é, entendido como um dilema sobre o qual uma investigação aprofundada proporcionará um maior entendimento da civilização e da cultura contemporâneas. No segundo caminho apresenta-se a possibilidade de estudar a forma como o design se pode constituir, ele mesmo, como sujeito de um problema. O reconhecimento da importância e da implicação do design no mundo moderno vai-se cruzando, ao longo da sua história e das reflexões sobre a disciplina, com a análise dos problemas decorrentes da sua praxis e dos efeitos dos objectos de design. Esta última via surge-nos, pois, integrada na primeira, é desta forma que se propõe aqui o enquadramento da questão do design como modelador do mundo.

O design como assunto central de produção teórica (na perspectiva em que é considerado um tema a estudar para melhor entender a contemporaneidade), bem como os textos daí originados, aparecem a partir de meados do século XX. Não

obstante, muitas das questões abordadas nessas reflexões surgem bem antes, nos debates sobre a sociedade industrial, razão que norteia a estrutura deste capítulo. Propomo-nos, pois, traçar o percurso do reconhecimento do design como problema bem como das suas implicações na constituição da nossa civilização hodierna, na sua modelação, colocando a ênfase na especificidade do design de comunicação.

Assim, na abertura deste primeiro capítulo opta-se por caracterizar primeiro o objecto de questionamento (design de comunicação) e de seguida traçar a problematidade que conduz à reflexão sobre o design a partir das suas raízes históricas ancoradas em autores que vêm desde o séc. XIX. Não sendo este um caminho cronológico tem a conveniência de situar logo de início os problemas principais que a tese aborda. Começa-se, assim por caracterizar o design de comunicação segundo as condições da nossa sociedade de informação actual a fim de melhor enquadrar as dimensões de partida que por sua vez sugerem a abordagem seguida no decorrer do restante capítulo.

Num segundo momento vamos em busca das raízes históricas e teóricas para as questões surgidas na caracterização anterior, discutindo a questão das origens do design e um conjunto de teorizações que lhes atribuem sentido. Falamos dos dilemas da constituição do design enquanto disciplina e dessas aproximações e recuos ao entendimento da sua influência directa nos quotidianos, mas igualmente do seu contributo para a formação das sociedades contemporâneas e para a criação de visões do mundo. Primeiro de como o design se constitui face à industrialização, e depois de como se vem a enquadrar no sistema económico capitalista. Poderá parecer surpreendente que para esta discussão tenhamos convocado autores como Karl Marx ou Georg Simmel, com presença pouco habitual nos estudos sobre design. Será compreensível uma certa estranheza, no entanto estes revelam-se importantes para compreender melhor não só a circunstância em que o

design se posiciona como modelador do mundo, como do papel que representa na estrutura socioeconómica.

Num terceiro momento, aborda-se a discussão do design enquanto actividade com limites e o processo de reconhecimento do seu papel na sociedade. A fim de discutir a proposição do design de comunicação como modelador será útil entender como chega o design a ser visto enquanto questão para pensar o mesmo mundo. Propomo-nos definir aqui os problemas encontrados nos estudos de design que permitam enquadrar a questão do design de comunicação como poder transformador, não só da visão humana do mundo, como também da acção humana. Ao abordar o design como assunto de estudo sobre o qual se poderá pensar a sociedade, com o objectivo de vir a investigar a forma como este a modela, sentimos a necessidade de analisar o ponto de vista dos autores vindos do campo do design, mas também a perspectiva dos que se dedicam a compreender esta mesma sociedade, e a maneira como entendem o design como problema. Estende-se, por conseguinte, o olhar sobre o design de comunicação a perspectivas nem sempre evidentes no estudo interno da disciplina. São estas dimensões que representam e se inscrevem no design que vêm a sugerir o cruzamento destas com os conceitos de Vilém Flusser. Estabelece-se, desta forma, um plano de entendimento para o aprofundamento e discussão do seu pensamento sobre design e comunicação que se desenrolará nos próximos capítulos.

O design da comunicação no mundo contemporâneo: questões conceptuais

No entendimento do termo “design de comunicação”, considerado com frequência incerto, encontra-se inscrita, não só a polissemia da palavra design - as suas diferentes dimensões (Walker, 1989) - a dificuldade de delimitar com exactidão a área de intervenção da disciplina, como também a falta de aceitação generalizada da-

aquele termo, sendo mais comum a utilização de “design gráfico” e, por vezes, “comunicação visual”. Não obstante, a sua utilização está directamente ligada a um alargamento da sua área de actividade e, igualmente, a uma intuição de que este teria influência na construção da sociedade assente nos meios de comunicação. O contexto da reconfiguração da disciplina “design gráfico” como “design de comunicação”, e a sua caracterização, deixa entrever uma base comum de partida entre as características do design de comunicação, enumeradas por autores desta área, e os conceitos de Vilém Flusser relativos ao design e à comunicação que exploraremos mais à frente.

Nos textos em que se propõe uma caracterização do design de comunicação encontram-se plasmados com frequência os problemas referidos acima. No *Design Dictionary, Perspectives on Design Terminology*, editado em 2008 pelo *Board of International Research in Design* (BIRD), a entrada sobre “Communication Design” remete para os artigos “Graphic Design” (Bailey, 2008:198,99) e “Visual Communication” (Byfield, 2008: 439-42). Uma obra de divulgação como a de John Heskett, *Design a Very Short Introduction* (2005 [2002]), que inclui um capítulo sobre as comunicações enquanto área do design, refere-se ao design gráfico como disciplina que se dedica à comunicação, observando, porém, o carácter confuso e muitíssimo abrangente da actividade que este representa. Mesmo Jorge Frascara, autor que tem promovido a nomenclatura design de comunicação, no seu trabalho, dedicado sobretudo a estudantes, *Communication Design, Principles, Methods and Practice* (2004), passa a referir-se no interior desse livro ao design de comunicação visual. Já Catherine McDermott (2007) vem destacar a introdução relativamente recente do termo.

O design de comunicação surgiu nos anos de 1970 como área de estudo em instituições de ensino superior de design e teria sido adoptado no seguimento e

contexto das teorias dos média recentemente popularizadas por teóricos como Marshall McLuhan e Quentin Fiore. A frase seria mais aspiracional que precisa: refletia o optimismo com o qual as técnicas de design estavam a ser aplicadas em maior escala em muitos sentidos. (Byfield 2008:440).

A inspiração em algumas destas teorias, é igualmente admitida pelo autor da primeira obra publicada (tanto quanto foi possível apurar) com o termo design de comunicação no título, Patrick O. Marsh em *Messages that Work, A Guide to Communication Design* (1983). Este, sendo oriundo dos estudos de comunicação, propõe um processo de design e avaliação de mensagens num quadro teórico influenciado, não só pelas teorias a que se refere Ted Byfield, mas igualmente pela teoria da informação de Shannon e Weaver. Servindo-se daqueles conceitos teóricos, a comunicação poderia aparecer enquadrada num processo metodológico e técnico análogo ao dos processos de design, abrindo um espaço de afinidade entre as duas disciplinas. Byfield chega a caracterizar esse tempo (anos 1970) como de proliferação, na academia, de especialidades relacionadas com a comunicação geradoras de confusão epistemológica, sugerindo mesmo que a ideia de expansão não resultaria, nessa época, de alterações na prática do design, mas antes de mudanças fora da disciplina (2008: 440). Também para Frascara as teorias e disciplinas relacionadas com a comunicação, como a psicologia cognitiva e o marketing contribuíram na segunda metade do séc. XX para estender o entendimento do que seria o “design de comunicação visual” para lá de uma disciplina artística (2004:15).

Como vimos a adopção do termo design de comunicação decorre, para uns do diagnóstico da prática expandida do design gráfico (Frascara ou McDermott), para outros de um desejo optimista da expansão do design gráfico tradicional (Byfield). É, porém, suficiente uma breve pesquisa para verificar que, pelo menos fora da academia, tem prevalecido o uso do termo design gráfico. Para Frascara,

esta expressão coloca demasiada ênfase no elemento gráfico físico, omitindo aspectos essenciais da actividade “cujo principal objectivo não é a criação de formas gráficas, mas a criação de comunicações eficazes” (2004:4).

Segundo estas perspectivas, o design de comunicação suplantaria assim o termo design gráfico, da mesma forma que com este se propôs suplantar as artes gráficas. Com implicações directas no alargamento da área de intervenção do que entendemos hoje como design de comunicação, o progresso tecnológico tem uma importância decisiva na justificação da disciplina. Poder-se-á mesmo equiparar, em diferente escala, ao papel que as técnicas de impressão tiveram na constituição do design gráfico, a célebre frase “New Kind of Printing Calls for New Design” que em 1922 deu título ao texto em que William Dwiggins propõe o uso do termo design gráfico, é testemunha disso mesmo. Da mesma forma se poderá afirmar que as tecnologias de comunicação têm um papel estruturante na constituição do design de comunicação enquanto disciplina, justificando o seu nome pela forma como transformam inúmeros aspectos da sua prática e como alargam o seu campo de acção. Tal pode ser exemplificado pelo desenvolvimento das publicações do meio digital e as múltiplas combinações de texto, imagem, vídeo, animação e interacção, e a sua exponencial flexibilidade e alcance (Heskett, 2005[2002]: 63).

Já Byfield salienta um outro aspecto da influência da disseminação dos dispositivos digitais no design, a alteração do tipo de interacção com os objectos de comunicação, contrapondo uma interacção mais conceptual, como a que se baseia num livro, a uma outra mais complexa, detalhada e manual (2008: 442). Os efeitos no design de comunicação estariam relacionados com a passagem de uma criação em formato fixo unidireccional para a possibilidade de um formato interactivo e reconfigurável por outros. Os designers deparam-se, então, com a necessidade de pensar na interacção como parte do seu projecto, um conceito mais próximo do próprio significado etimológico da palavra comunicação (tornar comum).

Como sublinha McDermott (2007: 42), o peso da evolução das tecnologias de informação no design de comunicação é crucial. A autora dedica mesmo grande parte do seu pequeno texto sobre o conceito de design de comunicação a uma descrição breve desta evolução, porém a sua conclusão é a de que o resultado deste processo, até ao momento, é a diversidade de uso de meios técnicos e recurso a outras áreas afins. O reflexo desta ideia de complexidade e diversidade no design de comunicação, que ultrapassa a relação com as tecnologias digitais, mas que muito provavelmente lhes deve estes conceitos, surge descrito na caracterização proposta por McDermott:

À medida que as necessidades de comunicação se tornam mais complexas, o design de comunicação descreve um processo que estende as possibilidades da comunicação visual para desenvolver novas competências usando, quer as tecnologias tradicionais, quer as actuais. O design de comunicação responde ao novo ambiente de comunicação digital que é simultaneamente global e multidisciplinar de forma a responder às necessidades das redes culturais em evolução. (...)

O design de comunicação, como uma disciplina do design, sublinha a importância da experimentação no quadro da profissão no design contemporâneo e a redefinição de áreas tradicionais do design, explorando novas relações entre texto, imagem e novas tecnologias (*idem*: 42,43).

Podemos complementar a caracterização anterior com a definição de design de comunicação visual de Frascara, em que mais se assume a intenção de englobar todas as características do design traduzindo, na sua essência, os pontos aflorados ao longo desta breve contextualização.

O design de comunicação visual pode ser, como apontado no início, tanto uma actividade como um produto. É a actividade de conceber, planear, projectar e produzir comunicações visuais, normalmente implementada por meios industriais, e orientada para emitir mensagens específicas a públicos específicos. Isto é feito para obter uma reacção, ligada ao conhecimento, às atitudes, aos sentimentos, ou ao comportamento do público. Um design é um objecto criado por aquela actividade.

Design de comunicação é ciência social, arte, tecnologia e ofício. É uma ciência social porque é sempre dirigida às pessoas, e a psicologia, sociologia e antropologia, têm muito para oferecer à construção de comunicações eficazes. É uma arte porque lida com formas e requer conhecimento e sensibilidade às linguagens visuais das pessoas e lugares. É uma tecnologia porque é sempre produzido por meios industriais. E é um ofício porque a tecnologia usada requer um entendimento que não pode assentar exclusivamente nas máquinas que o implementam (Frascara, 2004:189).

Esta última descrição engloba uma definição de design que integra os destinatários dos objectos de design de comunicação na sua actividade, formatando as mensagens e as suas características visuais tendo em mente as especificidades relativas do público. Esta é uma visão que contrasta com uma outra atitude perante a actividade de design que tende a considerar os interlocutores destes objectos como uma entidade abstrata. Ainda assim, encontra-se mais presente a ideia de emissão e menos a de comunicação enquanto diálogo, referida por McDermott. Atente-se na alusão aos meios industriais implicando a noção de produção em quantidade e na referência ao propósito de emissão de mensagens. Igualmente é deixada de parte a questão dos meios digitais que podemos ver realçada por McDermott. De entre as características apontadas, aquela que nos parece melhor distinguir a abordagem de Frascara é a inclusão das ciências sociais, como uma dimensão do design de comunicação que deixa em aberto a possibilidade de especulação sobre o papel mediador dos objectos oriundos da disciplina, na medida em que reforça o protagonismo dos seres humanos enquanto propósito último da actividade.

Especificamente no caso do design de comunicação, teve alguma repercussão, nos meios que procuram a reflexão no âmbito dos estudos de design³, um manifesto lançado em 1989 em forma de carta pela associação italiana de design da comunicação visual (*Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva*).

³ A este respeito pode ler-se o artigo de Victor Margolin publicado na revista *Design Issues*, “The Age of Communication: A Challenge to Designers” (1994: 65-70)

Não é com certeza um acontecimento novo, o manifesto *First Things First* de 1960⁴ tinha feito história, porém a sua perspectiva é justamente a do entendimento da importância social do design. A afirmação mais directa de que o design de comunicação se expandia e deveria ser tido em conta como uma actividade que influenciava as vidas quotidianas está bem presente nesta carta:

Nós observamos que o sistema da comunicação e de informação dispõe hoje de uma presença generalizada, de uma difusão capilar, de um aparato poderoso (...). Por outro lado, podemos encontrar em paralelo fenómenos inquietantes de poluição visual e de saturação comunicativa. Sintomas de um sistema em que tecnologia e aparelhos, longe de serem auto-suficientes, necessitam, de escolhas e orientação projectadas. A linguagem gráfica tem uma presença transversal. Onde há comunicação, há linguagem gráfica. Tal como a comunicação está em todo o lado, o grafismo está lá onde a cultura se vai publicando. O grafismo está lá onde o sistema de transportes se vai informatizando. O grafismo intervém no aparato multimédia da política. O grafismo está presente, não só na divulgação, mas também na modelação da ciência. O gráfico está em acção lá onde o produto industrial interage com a utilização. O gráfico está na grande distribuição onde o consumidor encontra a mercadoria. O gráfico está também no desporto, nas imagens das grandes manifestações, como na sua difusão mediática (Anceschi et al. 1989).

O reconhecimento da presença quotidiana dos objectos de comunicação gráfica encontra dificuldades na avaliação da sua influência, muitas vezes relacionado com a sua condição bidimensional ou mesmo imaterial. Num texto mais recente, um dos raros autores portugueses do campo das ciências sociais e humanas a pensar o design, José Bragança de Miranda refere-se assim a dois importantes elementos do design de comunicação: “Deste ponto de vista as imagens e as ‘ideias’ não são menos materiais do que os objectos, por exemplo, formando com

⁴ Este manifesto escrito em 1963, teve como principal autor Ken Garland e apelava a uma orientação social do design em detrimento de perspectiva comercial. Em 2000 o manifesto actualizado voltou a ser largamente publicado com o título *First Things First 2000* e assinado por um novo grupo de designers.

estes a base em que decorre todo o agir, que abre outras possibilidades da vida” (2004:1).

A transição para uma sociedade suportada nas tecnologias de informação e o aumento da atenção sobre as características simbólicas e semânticas dos objectos permite que diversos pensadores passem a encarar o design e os seus produtos como formas de entender e problematizar esta mesma sociedade em que a comunicação mediada tanta importância assume. Tal pressupõe que aquele seja reconhecido como fenómeno intrínseco da sociedade pós-industrial. Esse reconhecimento por parte dos autores que questionam as sociedades contemporâneas é, para Bonsiepe, consequência da popularização do design ocorrida a partir do pós-modernismo. De facto, o design passa a ser pontualmente incluído como objecto de reflexão da filosofia, da ciência, da teoria social ou mesmo dos estudos culturais, desde os anos 1970 (Bonsiepe 1999b:18-25). Na mesma medida em que o design vai sendo reconhecido como modelador da vivência humana e consequentemente discutido enquanto tal por aqueles que estudam o mundo contemporâneo, pode-se igualmente constatar uma aproximação do design, e dos estudos teóricos aí originados, às ciências sociais e humanas. Frascara argumentava, no final dos anos 1980, por uma perspectiva sobre o design gráfico como uma das ciências sociais com o fundamento de que este, organizando a “comunicação visual na sociedade”, tem a estrutura social e os cidadãos como sujeitos da sua actividade (1995[1988]:46).

Esta identificação do design de comunicação como uma disciplina de presença ubíqua que interfere na existência humana, sendo explicitamente colocada a partir da segunda metade do séc. XX, não é recente em muitas das suas preocupações, entre elas os dilemas entre uma actividade que deve servir as necessidades humanas e a constatação e contestação da relação intricada com as tecnologias e a

sua mercadorização e ainda com as noções de relação com as massas enquanto entidade abstrata ou com os indivíduos. O modelo da economia de informação, de que o design de comunicação é parte integrante, não deixa de apresentar implicações antigas.

Dilemas da génese do design na sua relação com o mundo industrial

Não obstante a reflexão sobre design por parte de pensadores exteriores ao design ter-se tornado mais frequente em anos mais recentes, ela é também devedora das perspectivas do século XIX. Pensamos sobretudo naquelas que se interrogam sobre os desafios e consequências da sociedade industrializada, o papel das relações entre arte e técnica e a sua importância no sistema económico, e as alterações à estrutura e dinâmicas sociais por estas provocadas. Se noutros autores da época de que falaremos mais à frente (Morris, Ruskin, entre outros) se fala da intervenção do design (ou das artes aplicadas) no processo industrial como elemento colateral, cuja contribuição artística terá sempre o efeito de amenizar os males da técnica e do mercado, em Karl Marx, mesmo não sendo referidas as artes aplicadas, temos um vislumbre de como afinal o design é já irremediavelmente parte desse processo.

Podemos encontrar no primeiro capítulo de *O Capital* (2010[1867]) de Marx, particularmente na secção sobre o “Fetichismo das Mercadorias”, um esclarecimento de como o design se vem a integrar totalmente no esquema da economia política. O início daquele estudo de Marx sobre a economia política, assim como a obra em que inicia esta crítica, (*Contribuição para uma Crítica da Economia Política*, 1999[1859]) são centrais para este entendimento. Nelas é explorado o problema da mercadoria, o seu valor e a relação com a sua utilidade, o trabalho que produz a mercadoria e a forma como esta se transforma em valor de troca e posteriormente assume a forma dinheiro. Em suma, o papel das mercadorias no

capitalismo industrial e a sua abstracção nessa outra mercadoria — o dinheiro — que faz equivaler todas as outras. Na definição de Marx, uma mercadoria é uma “coisa que pelas suas propriedades, satisfaz as necessidades humanas” (2010[1867]:26). Uma mercadoria é, portanto, uma “coisa útil” e esta utilidade faz dela um valor de uso.

É certo que o problema da produção de coisas úteis segundo as condições do capitalismo industrial é parte intrínseca aos estudos sobre design, porém a atenção à obra de Marx é não só importante para entender o problema do valor em design, como a complexidade do seu papel e a forma como este se constitui enquanto intermediário das relações entre os homens, formatando-as.

Em *O Capital* discute-se a relação entre os objectos e o seu respectivo valor de uso em contraponto com o seu posterior valor de troca e uma intermediação daí decorrente. A forma como os objectos enquanto mercadorias incorporam o carácter abstracto do valor que lhes é atribuído, estrutura, por sua vez, as relações sociais. Assim, a questão da relação das mercadorias com os valores que lhes são atribuídos e a sua transformação em valor simbólico passa pelo processo de transição da forma de valor de uso para o valor dinheiro.

O valor de uso, sendo relativo e subjectivo, é tanto maior quanto a utilidade de determinado objecto de uso estando desta dependente, bem como das necessidades a que dá resposta. Estas podem, por um lado, ser alargadas e comuns à generalidade das pessoas ou, por outro lado, ser restritas e específicas de um conjunto pequeno de pessoas ou mesmo de apenas uma pessoa. Concomitantemente, uma mesma utilidade ou modo de utilização assumem importância variável para cada indivíduo. É esta utilidade que transforma uma coisa em valor de uso, mas também ali está contido o “trabalho útil”, a actividade produtiva específica para a produção de determinado objecto.

Como tal, “Os valores de uso tornam-se uma realidade apenas pelo uso ou consumo” de uma mercadoria e neles assenta à partida o valor de troca. São “os depositários materiais do valor de troca” e “também constituem a substância de toda a riqueza” (*ibidem*), uma vez que o valor de troca é a proporção segundo a qual os valores de uso de um tipo são trocados por valores de uso de outro tipo. Assim, o valor de troca faz equivaler todos os valores de uso de outra maneira diferenciados, “o equivalente a uma forma universal é uma forma de valor em geral. Pode ser assumida por qualquer mercadoria”. Em princípio essa forma é a mercadoria dinheiro, que se torna na função social especial da mercadoria objecto de uso. Do mesmo modo, o valor de troca faz equivaler as formas de trabalho que dão origem às mercadorias. Marx liga a questão do fetichismo à da abstracção do valor de uso e do trabalho originada no valor de troca.

O fetichismo de uma mercadoria relaciona-se com o que hoje podemos entender como dimensão simbólica do design e dos seus objectos. Para Marx, é a percepção, tida por objectiva, da representação social de determinado objecto útil. É, porém, algo de misterioso e intangível que transcende as categorias factuais, encontra-se apenas no domínio da percepção e faz parte das “subtilezas metafísicas e argúcias teológicas” (*idem*: 46) que abundam numa mercadoria. É algo que se verifica no momento em que um objecto de uso se transforma em mercadoria. Não é o valor de uso que está em causa, porque neste se considera a utilidade do objecto e todos os objectos são diferentes nos seus valores de uso. Porém, no momento em que o objecto de uso se constitui como uma mercadoria manifesta-se este “carácter enigmático” classificado como fetichismo.

Sabemos que o valor de uso é diferente em cada objecto e que a sua utilidade, por se aplicar a diferentes situações, tem um valor qualitativo e não quantitativo. Quando cada um destes objectos é trocado ou comercializado opera-se uma abstracção deste valor qualitativo num outro quantitativo (o dinheiro ou outro

meio que tenha esta função), fazendo-se equivaler os valores de diferentes objectos num único valor. Sendo este valor quantitativo, os objectos são assim comparados quantitativamente uns com os outros, estabelecendo-se entre eles uma relação que de outra forma não existiria.

Sendo os objectos resultado do trabalho daqueles que o produzem, o “carácter social do trabalho dos homens” aparece como carácter objectivo na mercadoria e por isso a relação entre os objectos apresenta-se como uma relação social. A relação entre as mercadorias é o que medeia a relação entre os seus produtores. A relação directa que se constitui entre produtos estabelece uma relação indirecta entre os seus produtores. Por isso Marx afirma que

As relações que ligam o trabalho de um indivíduo com o dos restantes aparecem, não como relações directas entre indivíduos no trabalho, mas como o que realmente são, relações materiais entre pessoas e relações sociais entre coisas (*idem*: 46-47).

As pessoas relacionam-se por meio de coisas materiais e as coisas são trocadas (relacionam-se por sua vez) enquanto personificações de relações sociais. Nesta perspectiva, o fetichismo tem igualmente origem na dupla condição do objecto enquanto coisa útil e coisa com um determinado valor. Assim, Marx vê também a influência que o valor tem na própria produção. Se os objectos de uso “são produzidos com o propósito de serem trocados, o seu carácter como valor tem por isso que ser tido em conta, à partida durante a produção” (*ibidem*). Na produção pensa-se então o objecto de uso enquanto tal (a sua utilidade intrínseca), a sua utilidade para quem o vai usar, mas também a sua utilidade para quem o produz, isto é, o retorno comercial e portanto social. “É por isso, o valor que converte todos os produtos em hieróglifos sociais (...) pois marcar um objecto útil como valor é tanto um produto social com linguagem”, símbolo (*idem*: 48).

Os debates sobre o papel do design têm, como começámos nas linhas anteriores a verificar, raízes no pensamento sobre os artefactos, a produção industrial, a técnica, o valor dos bens materiais, bem como nas suas relações com a estrutura social, a economia política e todas as repercussões daí decorrentes. Na historiografia da disciplina são conhecidos os episódios em que se começam a desenhar os dilemas ontológicos do design, particularmente aqueles que reflectem sobre as consequências do “encontro da arte e da máquina” (Francastel 2000[1956]). No discurso que promoveria mais tarde a tentativa da sua aplicação prática nas reformas britânicas do gosto do século XIX, podemos encontrar já referência àquelas questões. Estão presentes em autores como A.W.N. Pugin, arquitecto do Revivalismo Gótico, que, na sua obra *The True Principles of Pointed or Christian Architecture* (1841), via na procura de ornamentação dos objectos quotidianos e dos edifícios uma forma de desonestidade e busca de lucro contrária aos valores da verdade e da beleza que deveriam estar naqueles plasmados. A sua devoção católica guiava estes princípios, e o seu desejo era o de um regresso à forma de relação com a fé dominante na Idade Média. Por via da fé e dos valores cristãos se poderia atingir a verdadeira beleza (fig.1, 2). As suas ideias representam, como lhe chamou Pierre Francastel, a tomada de consciência da “entrada num novo sistema de acção sobre a matéria” (2000[1956]:35). Um sistema que, assentando sobre a produção em massa, colocaria em causa os valores do sistema anterior. Havendo em Pugin uma resistência a este modo de produção ia-se formando nestes intervenientes uma ideia de que a forma e a aparência podiam ter uma relação causal sobre a mudança de valores.

Henry Cole, artista, funcionário da coroa britânica, e um dos principais mentores das reformas britânicas do gosto, propõe-se, com a organização da

“Grande Exposição” de 1851⁵ e um pouco depois com a refundação da rede de escolas públicas de design (que dirigiu com o artista Owen Jones), educar o gosto da população a fim de melhorar a qualidade da produção industrial. Siegfried Giedion considera mesmo que o organizador da “Grande Exposição” teria como propósito provar que a mecanização e separação da produção da aparência formal do objecto teria como consequência a degradação da qualidade desses produtos (1969[1948]:352). Ao exibirem-se os produtos britânicos a par dos que provinham do Oriente, concebidos manualmente e de aparência sóbria, demonstrar-se-ia a bondade das suas ideias. Jones, ao editar, em 1856, *A Gramática do Ornamento*, fazia justamente a apologia destas formas depuradas e das cores orientais como meio para chegar à qualidade na aparência dos produtos. Podemos encontrar em diferentes obras sobre a época (Giedion, 1969, Forty, 1992) a identificação de uma ligação entre esta afirmação de um conjunto de princípios e características formais, defendidos pelo grupo de Cole como meio para a melhoria da qualidade da produção industrial por via do gosto da população, da associação da arte aos objectos de produção mecanizada e ao desígnio industrial e mercantil do país.

figs. 1, 2: Mesa, 1852 e armário, 1850, A. W. N. Pugin



⁵ *The Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations* (1 de Maio a 11 de Outubro de 1851) foi a primeira de uma série de feiras mundiais. Nesta exposição pretendia-se não só promover os produtos industriais britânicos, celebrando a sua supremacia e a tecnologia moderna, como promover o bom gosto junto dos industriais e da população.

Já os contributos dos trabalhos de John Ruskin e William Morris introduzem outras dimensões nos debates sobre o papel do design e a sua relação com a industrialização do séc. XIX. O entendimento de ambos de que a organização do trabalho daquela época tem um profundo impacto na humanidade, assenta na constatação da eliminação da arte do processo de produção. Como comenta E. P. Thompson, para ambos o produto deste sistema é uma humanidade industrializada, cada ser humano fragmentado, assim como o tipo de trabalho que lhe é proposto fazer, com a sua liberdade e condição de homem inteiro cerceadas (2011[1976]:32-38).

Não era concebível, para Ruskin e Morris, o processo de produção de um objecto de uso sem que este fosse entendido como um todo por quem o produzia desde a sua idealização à sua execução final. Aí se definia a arte, a forma não podia ser separada da produção, a arte e a técnica eram uma só. Neste sentido, mais do que a mecanização como ente separado do restante processo económico, o mal maior e original seria o da divisão do trabalho e as motivações de mercado que lhe eram subjacentes. Ruskin é por isso reconhecido como defensor de um regresso aos modos de produção e de vida da Idade Média, prévios mesmo ao tempo do Renascimento em que a arte e ciência foram separadas. Seguindo Ruskin, Morris começa por partilhar desta nostalgia do Romantismo, porém, ainda que mantendo a sua convicção no ideal de produção artesanal, vem depois a distanciar-se do crítico de arte. Se este preconizava o regresso ao modo de vida da Idade Média e a abolição da industrialização, em Morris, a par da defesa do modo de produção artesanal e de uma crítica abrangente dos efeitos da sociedade industrial, encontra-se uma visão de futuro que tem em conta que toda a história decorrida até aí não pode ser anulada (Forty 1992[1986]:61). Adrian Forty ressalva esta distinção entre os dois, referindo-se à falta de alternativas propostas pelos críticos da industrialização entre os quais inclui Ruskin.

Integrando declaradamente nas suas críticas e propostas a sua orientação política socialista, em “A Arte e os seus Produtores” (Morris 2003[1888]:111-128), Morris desenvolve a sua perspectiva sobre a produção de “mercadorias”, reafirmando a posição sobre o problema do mercado. “Não é desta ou daquela máquina palpável de aço ou cobre que nós nos queremos livrar, mas da grande e impalpável máquina da tirania do mercado, que oprime as vidas de todos nós” (*idem*:124). Este excerto, citado no trabalho de Forty (1992[1986]:61), aponta para uma concretização de alguns conceitos de Marx, como por exemplo a crítica à divisão do trabalho, explorando essas outras divisões no processo de produção de objectos de uso a que esta dá origem. Evidenciando as implicações de tais divisões, Morris destaca a separação imposta nos objectos entre a sua dimensão artística e a do seu fabrico. A noção de que as características formais dos objectos eram algo que, em vez de decorrer da essência do próprio objecto, lhe seria apenso como decoração com o fim de lhe atribuir valor de mercado, era inconcebível para o autor. Neste aspecto Morris invoca a criação de objectos durante a Idade Média. A questão da divisão entre o plano artístico e o de fabrico nunca se tinha colocado até ao fim da época medieval, uma vez que não existia tal separação e que a arte, enquanto dimensão estética de um objecto, era parte integrante e indivisível da sua concepção (Morris 2003[1888]:115).

À fragmentação do que considera ser a estrutura global dos produtos, o texto associa o distanciamento, por via da fragmentação da relação directa entre produtor e comprador. Quando “Em vez de um artesão, [que lida directamente com quem vai utilizar o seu produto e as suas necessidades], o trabalhador passa a ser uma ‘mão’, responsável apenas pelo cumprimento de ordens” na intervenção num determinado fragmento do objecto (*idem*: 119), o comprador torna-se, por sua vez, uma entidade abstracta. O trabalhador, não tendo a noção de quem seja cada um

dos destinatários, passa a considerar um destinatário universal e abstracto com necessidades universais e abstractas.

Encontra-se aqui referência a uma diluição da responsabilidade pela qualidade do objecto final produzido e pela forma como o seu uso afecta a vida de quem o adquire, possibilitando que o ponto de atracção de um objecto seja menos o seu todo e mais a sua dimensão estética assim valorizada. No sentido inverso, também o destinatário dos objectos deixa de ter interlocutores das suas necessidades encontrando-se na contingência de aceitar o que lhe é oferecido pelo mercado, sendo também ele objectificado, fragmentado. Morris é categórico na sua conclusão: “A divisa do mercantilista moderno é o homem para o mercado, e não o mercado para o homem” (*idem*: 121). Os artistas (que se dedicavam às artes aplicadas) da idade moderna enquanto grupo independente, que se colocava à parte do sistema de produção de mercadorias, são, segundo Morris, a causa da “doença das artes arquitectónicas” (*idem*: 126), a separação entre a arte e a técnica.

Nestes debates do século XIX, prévios ainda à vulgarização da actividade de design, encontramos enunciados problemas que hoje entendemos como clássicos e em que se adivinha o papel social, político e económico do design por via da sua implicação nas questões da produção, mas também sobre o papel da arte e o seu envolvimento com a indústria. A proposta de Morris enquadra-se neste último plano. Os artistas deveriam envolver-se com as máquinas, desenvolvendo as “artes aplicadas”, transformando o sistema industrial por dentro, anulando assim as suas dimensões mercadológicas.

Sujeitos, objectos, estilos, fragmentação da cultura e capitalismo avançado

O processo de significação das mercadorias, dos objectos de uso, por Marx descrito, mostra-nos como a atribuição de valor transforma o subjectivo em objectivo e de que forma contribui para que estes se constituam como mediadores da relação

entre seres humanos e como estrutura a sua posição social. A importância deste enunciado é evidente nalguns caminhos tomados na posterior discussão do problema do valor nos objectos de uso, particularmente em design, mostrando que os efeitos do valor comercial dos produtos têm implicações ainda mais complexas do que estas problematizadas século XIX.

O carácter intermediário do valor monetário, e o seu efeito de abstracção dos objectos de uso e de todo o processo de produção, quando naquele convertidos, é estudado por Georg Simmel na sua *Filosofia do Dinheiro* (2004[1900]). Esta é uma obra que se constitui para José Luís Garcia (2003) como seminal para a crítica da tecnologia e seus efeitos. Nela encontramos uma análise dos efeitos da codificação do valor de uso dos objectos em valor monetário, que comporta as várias dimensões das relações dos seus produtores com os objectos que criam, daqueles que os usam e todo o processo associado à produção, aquisição e uso. O fetichismo é em Simmel referido como uma circunstância particular de uma objectificação bem mais vasta do ser humano, observável na cultura enquanto condição humana (1997[1911]:70).

É a partir daquela perspectiva sobre a cultura e dos textos dirigidos a objectos do quotidiano que Simmel se torna, na sua época, próximo das movimentações na Alemanha para reformar os modos de produção industrial e as características dos objectos do quotidiano colocadas em discussão e em prática pela *Deutscher Werkbund*. Apesar de Simmel não ter integrado a organização formalmente, podemos encontrar referências ao seu trabalho em obras de estudo da *Deutscher Werkbund*, ou em outros trabalhos sobre a mesma época (Gronert 2012:56). Verificamos, porém, que o seu pensamento não tem integrado a bibliografia ou as compilações de obras que discutem e analisam teórica ou socialmente o design.

Como escreve David Frisby, “Simmel estava firmemente comprometido com uma cultura filosófica distinta dentro de cujos parâmetros seria possível analisar o mundo quotidiano de relações e objectos” (1997:4). O seu trabalho demonstra a intenção de discutir seriamente os objectos quotidianos, disso são prova textos como *Das Problem des Stiles* (O Problema dos Estilos ,1908), ou a *Philosophie der Mode* (Filosofia da Moda, 1905) ou outros sobre objectos de uso específicos como *Der Henkel* (A Pega, 1905), ou *Der Bilderrahmen* (A Moldura, 1902) que se dedicam a discorrer sobre as dimensões simbólicas da forma destes objectos, em particular a sua posição de ponto de contacto entre o mundo objectivo das coisas e o mundo subjectivo de cada um.

Em Simmel encontramos-nos perante uma relação dialéctica entre o sujeito e o objecto onde é possível observar um dos seus principais conceitos, o de tragédia da cultura: aquele em que se assiste a uma transformação dos fins (o sujeito) em meios e dos meios (o objecto) em fins, gerando-se uma mútua determinação de um no outro. Esta ocorre quando os objectos de uso são produzidos como um fim em si mesmos por razões industriais, comerciais ou mesmo culturais, e não como um meio para resolver uma necessidade ou problema do seu destinatário final.

No processo de determinação dos seres humanos pelos objectos encontra-se presente a questão da produção técnica industrial e mercantil, sendo este sistema que reforça a objectivação dos indivíduos. Um exemplo será o trabalho sobre *O Problema dos Estilos* (Simmel 1991[1908]:6371) onde, apresentando uma crítica à produção de objectos de arte aplicada (é assim que se refere a eles no texto), estabelece uma comparação com as obras de arte para defender uma diferenciação nas suas formas. Estas formas, sendo exactamente o meio pelo qual o sujeito usa os objectos e é por eles cultivado, teriam a responsabilidade da mediação ocorrida e de tornar mais ou menos objectiva a sua acção. Simmel defende a existência de

um estilo comum aos objectos de uso do quotidiano por oposição aos objectos artísticos cuja virtude está em serem dotados de individualidade. O estilo pressupõe, assim, uma ideia de generalidade nas formas, que se adequaria às artes aplicadas. Estas, respondendo a necessidades quotidianas, comuns a diferentes pessoas, têm no seu carácter a possibilidade de serem reproduzidas, por responderem a uma lei, a das necessidades vitais humanas. Os objectos do quotidiano deveriam ter um estilo, isto é, formas comuns tipificadas, que não se intrometeriam na vida de cada um a não ser para satisfazer as suas necessidades. As formas artísticas e individuais, ao contrário, pressupõem a intromissão da perspectiva individual do seu autor sobre a vida do destinatário. A questão do estilo tenderia, supõe-se, a evitar, ou pelo menos a amenizar, desta forma, o domínio dos meios sobre os fins. “Os objectos estão destinados a serem incorporados na vida, a servir um fim exterior a eles, aqui está o contraste com a obra de arte que está imperiosamente fechada em si própria, é um mundo em si mesma” (*idem*: 66).

O estilo teria igualmente o contributo de, oferecendo algo esperado, não introduzir acidentes na vida de quem utiliza os objectos, proporcionando deste modo uma vida “em harmonia”, “um efeito calmante, sentimento de segurança e serenidade”. Como o autor sublinha, “o estilo é assim a tentativa estética de resolver o grande problema da vida.” (*idem*:70). Já foi referido que Simmel não integrou a *Deutscher Werkbund*, mas a sua busca por essa vida em harmonia, proporcionada por um estilo assente em formas tipificadas, está bem presente nos escritos dos membros daquela organização.

Esta é, aliás, a questão subjacente ao surgimento das propostas reformistas de organizações como a *Deutscher Werkbund*⁶ e mesmo de algumas das vanguardas posteriores. Nos movimentos vanguardistas, em que muitas vezes é situado o

⁶ Organização alemã que integrava representantes da indústria, artistas e arquitectos, com forte apoio do governo alemão da época. Um dos seus principais objectivos era o desenvolvimento com

início do design enquanto disciplina estabelecida, enquadrando os desenvolvimentos anteriores como uma espécie de sua pré-história, não havendo um estudo intenso e analítico sobre o design na sociedade, continuamos a encontrar a enunciação de críticas ou propostas que serão posteriormente abordadas durante a história do design e como origem dos seus problemas.

A “questão da cultura sob as condições do capitalismo industrial” (Schwartz 2007:12), discutida pelos intervenientes na fundação da *Deutscher Werkbund*, supõe a integração daquela nas formas de produção industrializada e mesmo no modo capitalista de organização económica. A busca é por uma cultura unificada que teria antes sido fragmentada pelo uso equivocado dos meios industriais.

No catálogo da exposição comemorativa dos 100 anos da *Deutscher Werkbund*, Frederic J. Schwartz explica a adopção da produção em massa como uma estratégia para prosseguir o objectivo daquela nova unidade na produção de objectos de uso quotidiano. Esperava-se que o resultado fosse então a síntese perfeita da produção em massa com a qualidade formal dos objectos de uso dando origem a uma sociedade, ela própria, harmoniosa. Tal é notório no discurso de intervenientes na *Deutscher Werkbund* (Fritz Shumacher, Hermann Muthesius) em que a aspiração a esta harmonia entre a técnica e a cultura se encontra na crítica ao “impulso fácil de aquisição de objectos e a ocupação total do intelecto pelo pensamento científico e técnico” (*idem*: 13). Tal como em Morris, surge aqui mais explicitamente o problema da alienação dos consumidores por via do seu distanciamento em relação aos produtores. Para Hermann Muthesius, citado por Schwartz, “o perigo da produção em massa reside na nova relação que introduz entre os pro-

qualidade da indústria alemã como reflexo da nação. Esta organização é também conhecida pela sua apologia da estandardização da produção industrial, embora, como se pode ler no texto, esta não fosse uma opção pacífica. Fundada em 1907, a partir da I Guerra Mundial teve uma actividade intermitente até ser encerrada em 1938 pelo governo Nazi. Foi depois restabelecida em 1949. Em 2007 foi comemorado o seu centenário com a exposição aqui referida.

dutores e os consumidores (...). Através da produção em massa deu-se uma alienação total entre produtor e consumidor” (*ibidem*) a preocupação já não é apenas a alienação do trabalhador, como em Marx, mas igualmente a do consumidor que se transforma nessa entidade abstracta destinatária da produção massificada.

Quando se referem à fragmentação da cultura, os textos dos fundadores da Werkbund implicam nesse processo a forma exterior dos produtos e o seu estilo ornamental historicista. Numa concretização do conceito de fetichismo de Marx, Schwartz considera que os intervenientes na Werkbund identificam, pela constatação de que é atribuído um valor de troca às formas visuais, “a lógica económica que separou a superfície da estrutura, que tornou a superfície de um objecto numa superfície publicitária de um produto” (*ibidem*). O problema da sociedade fragmentada estaria no desfasamento cronológico entre as formas ornamentais dos objectos de uso quotidiano, evocando uma época histórica muito anterior aquela, e os meios industriais que os produziam. Existiria uma diferença entre estilo e moda. O estilo estaria submetido à moda da época que não se coadunaria nem com os meios mecânicos, nem com a produção em quantidade massificada, gerando uma cultura não verdadeira e por isso “imoral”. Esperava-se do estilo que reflectisse o espírito da época, ao invés da moda que se considerava um mero efeito do capitalismo. A *Deutscher Werkbund* tentava “implicar representantes das artes aplicadas no processo de fabrico e centrar a sua publicidade na qualidade e durabilidade das formas, contra a mudança rápida das modas” (*ibidem*). As tentativas para encontrar soluções estandardizadas para a produção e para a forma dos objectos tinham também como propósito impedir que estes e a população (consumidores) se tornassem vítimas dos ciclos da moda.

Pretendia-se inverter o motor da cultura, submetendo “a indústria ao controlo estético”. Seria, pois, necessário um estilo que representasse aqueles tempos

modernos em direcção ao futuro (*ibidem*). Peter Behrens, talvez o nome mais conhecido dos membros da *Deutscher Werkbund* pelo seu trabalho na AEG, afirma num discurso referido por Schwartz, entender o estilo como uma “expressão perceptível” histórica da cultura por ele designada como objectivo para uma sociedade cujo motor de modernidade fosse a expressão do intelecto (*idem*: 13). A forma seria, portanto, a representação da cultura e intelectualização da modernidade e o estilo a expressão de uma uniformidade da forma dos diferentes objectos.

Tomás Maldonado identifica no “debate sobre a relação produtividade-produto” (1999[1991]:37-49) desta época na Alemanha a “tendência para isolar o problema da 'forma' do problema do 'produto’”. Também Schwartz (2007) entende que as grandes discussões sobre o problema da produção e de uma sociedade progressivamente distanciada em que se interpunham os processos capitalistas resultaram numa atenção exclusiva à forma. Mesmo quando se promoviam formas de produção estandardizadas, seriam a uniformização e tipificação das formas que evitariam as modas e os efeitos do capitalismo industrial.

O debate da racionalização e da tipificação surgia na Alemanha, em primeiro lugar, como um debate sobre o aspecto exterior dos objectos de uso e, em particular, sobre a influência dos estilos decorativos, então em moda no que se refere às exigências da produtividade. (Maldonado, 1999[1991]:37).

São conhecidas as controvérsias internas à *Werkbund* entre uma perspectiva produtivista, apologista de uma séria estandardização e tipificação dos objectos e das formas de produção, que fariam uso da produção em massa, e uma outra formalista mais ambígua e preocupada com a individualidade das formas. Porém, Maldonado pensa que não se trataria de uma verdadeira contradição. O autor considera esta ambiguidade, sempre presente nas referências à *Werkbund*, como uma redução, na essência, a duas perspectivas diferentes sobre o mesmo problema da

forma. Esta é uma posição que está presente noutros trabalhos sobre aquela Confederação. Também Schwartz entende que o projecto da *Deutscher Werkbund* se centraria numa “resposta estética para um problema social”. As tentativas de perverter o domínio do capitalismo industrial, não o negando, mas servindo-se dos seus pressupostos produtivos para impor um domínio do intelecto, não seriam outra coisa senão uma utopia.

Não obstante, a convicção expressa pelos membros da *Deutscher Werkbund* é a de que a forma proposta é a expressão e reflexo de um domínio do intelecto e da cultura sobre a técnica. Muthesius imagina transformar os objectos do quotidiano, desde a “almofada até ao urbanismo” e, por essa via de disseminação, transformar a sociedade. Ao pretender submeter a “indústria ao controlo estético” (Schwartz 2007:14), como já foi referido acima, usando um meio de produção em massa para cumprir os seus objectivos, a *Deutscher Werkbund* dá já indícios de uma visão totalizante do design. Veja-se o conhecido exemplo do extenso trabalho de Peter Behrens para a AEG (fig. 3, 4). Dos edifícios às lâmpadas ao símbolo, aí podemos observar uma concretização da ideia de que a harmonia dos produtos e dos meios de produção originaria uma harmonia social. A perspectiva de design total⁷ está assim já bem presente nos pressupostos desta organização.

Seria, contudo, na *Bauhaus* (1919-1933) que os ideais da *Gesamtkunstwerk* (obra de arte total) viriam a ser proclamados. É certo que entre os principais promotores da escola *Bauhaus* se encontram membros anteriores da *Deutscher Werkbund*, particularmente Walter Gropius desenvolveria a visão de um design total, o qual mais tarde Jean Baudrillard caracterizaria como “semantização do meio ambiente” (Baudrillard 1995[1972]). Como escrito nas páginas anteriores, e

⁷ Este conceito, inspirado na *Gesamtkunstwerk* (obra de arte total), ideal artístico de Richard Wagner, volta a ser abordado no capítulo 3 desta tese com referência ao texto de Mark Wigley “Whatever Happened to Total Design?” (2007[1998]) onde se faz um percurso sobre o tema para o discutir como característica intrínseca do design.

mesmo nas posteriores críticas à *Bauhaus*, é comum a ideia de que o design total dessa época resultou sobretudo em propostas estéticas. Associada também a uma ideia de significação, a questão do papel central desempenhado pela estetização do mundo por via dos objectos do quotidiano, como meio para solucionar os seus problemas, torna-se determinante da própria condição do design, tal como hoje é comumente entendida.

Num certo sentido a *Bauhaus* continuou, como no tempo da *Deutscher Werkbund*, a pretender enquadrar o problema da cultura e da arte como mediadoras para a sociedade industrial. Maldonado, no já citado *Design Industrial*, desenvolve um trabalho aturado de enquadramento destas correntes no período histórico vivido. Certamente que a visão da *Bauhaus* não se tratou de uma mera continuação do período inicial da *Deutscher Werkbund* e da I Guerra Mundial, e as consequências políticas para a Alemanha tiveram impacto na visão sobre o papel das artes aplicadas e da arquitectura na recuperação do mundo. Gropius, com grandes afinidades com Peter Behrens, e por este influenciado, situa-se na “corrente que, com as contradições que apontámos, procurava uma mediação ‘cultural’ face à indústria” (Maldonado, 1999[1991]:53).

figs. 3, 4: Logomarca e Chaleira eléctrica para AEG, Peter Behrens, 1907 e 1909



Todavia, Maldonado associa a primeira fase da *Bauhaus* (1919-1925), reconhecida como mais expressionista, a uma certa consonância com a política alemã que levou à refundação das escolas de artes aplicadas como *Staatliche Bauhaus*, e como uma reacção aos males da guerra e do que se entendia como poder assassino da tecnologia. Nesta primeira fase a expressão artística e dos artistas está mais presente, como se, opondo a uma época de destruição a beleza artística esta lhe servisse de antídoto. Os princípios desta fase estão, como é conhecido, plasmados no Manifesto inicial da *Bauhaus* (1919) que Maldonado classifica, não só como um texto expressionista, mas também como contendo afinidades com o movimento *Arts and Crafts*, na medida em que se encontra mais próximo de uma atitude crítica sobre a civilização técnico-científica. “A libertação dos recursos expressivos, poderia ajudar, de per si, a transcender a desordem contingente do mundo” (*idem*: 59).

Nas fases seguintes, numa perspectiva mais próxima daquela que manifestava no período anterior à I Guerra, o discurso na *Bauhaus* é notoriamente mais racionalista e de certa forma apologista de uma estética da máquina. A presença em Weimar de Theo van Doesbourg e as ideias do movimento holandês *de Stijl* (1917-1931) poderão, em certa medida, ter influenciado esta alteração de ponto de vista. Novamente, Maldonado encontra uma analogia com os desenvolvimentos políticos na Alemanha e com uma certa pressão para participar numa nova tentativa concertada de impulso do desenvolvimento da produção industrial alemã. O discurso de Gropius nesta fase, como recorda o autor, enquadra ainda o design (ou a forma dos produtos) como um meio para intervir e melhorar a qualidade de vida da população independentemente da sua condição. Permitimo-nos aqui introduzir uma citação mais longa necessária para uma ilustração cabal desta perspectiva:

A busca a qualquer custo de novas formas, na medida que não derivem do próprio objecto, é recusada do mesmo modo que também se recusa o emprego de formas ornamentais puramente decorativas (quer sejam históricas ou criadas para a ocasião).

A capacidade de criar um objecto “belo” baseia-se na manipulação soberana de todos os pressupostos económicos, técnicos e formais de onde resulta o seu organismo. (...) A criação de tipos para os objectos de uso quotidiano, é uma necessidade social. As necessidades vitais da maior parte dos homens são fundamentalmente idênticas. A casa e os seus objectos domésticos voltam a entrar nas necessidades básicas das massas, o modo como devem ser concebidos é mais uma questão de razão que de emoção. A máquina criadora de tipos é um meio eficaz de libertação do indivíduo, com a ajuda das forças mecânicas (vapor e electricidade), do seu trabalho material com vista à satisfação das necessidades vitais e para lhe oferecer produtos em série a um preço inferior e de qualidade superior aos produzidos manualmente. Há também poucos motivos para reear uma imposição da tipificação de produtos sobre o indivíduo, como seria uma completa uniformização do vestuário seguindo os ditados da moda. Apesar da uniformidade típica de cada uma das partes, o indivíduo conserva a possibilidade de variações pessoais. Porque seguindo a concorrência natural, o número de tipos disponíveis para cada objecto é sempre tão amplo que permite ao indivíduo a eleição pessoal do modelo que mais lhe agrade (Gropius 2002[1925]:244).

Está presente neste excerto uma concepção do design como agente de intervenção social, sobretudo em termos de nivelamento das condições de vida. Se a forma dos objectos seguir a sua função e não mais do que isso, não existirá razão para distinções sociais reflectidas nos ambientes domésticos. As possibilidades da produção mecânica em série tratariam de conter as divagações formais, disseminar a beleza das formas funcionalistas e, nesse processo, libertar o indivíduo não só do trabalho manual, mas também das desigualdades. Ou seja, os objectos de uso doméstico, com formas tipificadas decorrentes da sua função e se produzidos em série pelas máquinas, poderiam transformar as condições de vida e a estrutura so-

cial. Era novamente, e de forma mais acentuada, a esperança de transformação total da sociedade por via da arquitectura e dos objectos. O controlo formal do ambiente doméstico amplificado pelos meios técnicos amplificaria por sua vez as hipóteses totalizantes do design, resultando no controlo formal do mundo e assim numa vida realmente moderna e virada para o futuro.

Novamente, a forma assume nestes discursos o papel primordial (ainda que pela defesa da não invenção de novas formas) e é vista também como um meio de adequar o processo de criação à mecanização, desenvolvendo, em analogia com o movimento de Stijl, uma estética da máquina. Maldonado refere ainda a posição crítica do segundo director da *Bauhaus* (1928-30) Hannes Meyer. Defensor de um funcionalismo mais puro e profundo, Meyer critica a aplicação directa aos projectos de design da correspondência universal entre as três formas elementares e as três cores primárias proposta por Kandinsky⁸ (fig.5,6). Considera-a a mera imposição de uma estética única a todos os edifícios e objectos ali planeados, em detrimento de uma verdadeira atenção às funções de cada um.

Nem todos os movimentos desta época tinham como argumento o problema da forma. Reyner Banham faz mesmo questão de realçar esta diferença, ao abordar o de Stijl em *Theory and Design in the First Machine Age*, referindo o facto de a teoria proposta por este movimento não fazer menção a tipos e normas formais (como as formas geométricas puras e as linhas direitas) justificando-o com o Filebo de Platão, como era comum noutros movimentos (Banham, 1967[1960]: 152).

⁸Wassily Kandinsky propôs esta correspondência em 1923. O triângulo seria intrinsecamente amarelo, o quadrado seria vermelho e o círculo azul. Esta proposta resultou de um questionário que Kandinsky fez circular pela *Bauhaus* com um triângulo, um círculo e um quadrado em branco onde pedia às pessoas que preenchessem cada uma das formas com a cor que considerassem adequada. Houve um grande consenso nas respostas (Lupton, 2006).



Se, como nota Maldonado, há uma ambiguidade de afirmações entre a verdadeira apologia da união entre arte e técnica e a tentação de resvalar para a supremacia da arte, muitas vezes assente na discussão sobre a forma, tal parece desvanecer-se nos anos posteriores. Como já foi descrito, essa ambiguidade pode ser percebida primeiro na *Deutscher Werkbund*, mais especificamente em Peter Behrens, e ainda em Walter Gropius, aquele que é mais reconhecido como elo de ligação entre a *Deutscher Werkbund* e a *Bauhaus*. Nos movimentos contemporâneos da *Bauhaus* as declarações vêm a centrar-se bastante na expressão da máquina. A utopia da construção do mundo moderno está ainda mais presente. Há referências ao modo de vida das pessoas, porém a influência sobre a sua vida seria a eficiência com que a poderiam viver, sem a interferência de excentricidades artísticas - A cozinha de Frankfurt (Margarete Schütte-Lihotsky, 1926, fig. 7, 8), a casa como uma máquina de viver por Corbusier e o seu *Esprit Nouveau*, etc. Mesmo na *Bauhaus*, Meyer entendia como necessário o afastamento das considerações artísticas do processo de criação de objectos em conjunto com as ligações ao conhecimento do passado.

A arte é composição, o objectivo é a função. A ideia de composição de um porto parece-nos absurda, mas e a composição de um plano urbanístico, de uma casa de habitação? Construir não é um processo estético, mas antes um processo técnico, e a composição artística contradiz-se com a função prática de uma casa. Idealmente e segundo os princípios elementares de construção, a nossa casa de habitação transforma-se numa máquina para habitar (...) O novo grande cartaz publicitário, ordenado de modo eficaz (...) não é um “manifesto-obra de arte”, mas uma peça visual com determinado efeito (Meyer, 2002[1926]:250,51).

fig. 7: Cozinha Frankfurt, estudo dos percursos feitos numa cozinha como o propósito de minimizar o desperdício de percursos entre os vários pontos.

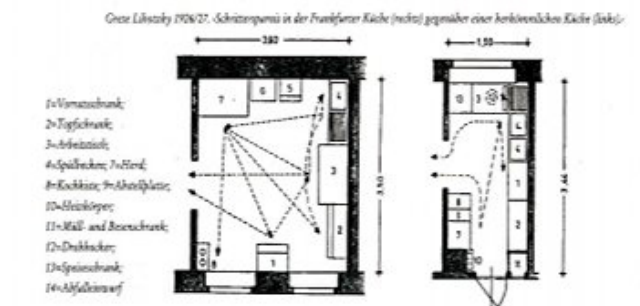


fig. 8: Cozinha Frankfurt, 1926, Margarete Schütte-Lihotzky



A própria arte era incluída neste mesmo texto como devendo preocupar-se com a vivência colectiva e não com manifestações individualistas de estados de alma. Piet Mondrian, fundador do suprematismo e membro do movimento de Stijl, é dado como exemplo. Banham descreve a concentração do de Stijl nos meios máqunicos como um fascínio muito próximo do discurso do Futurismo em que a máquina era o processo que importava na evolução da sociedade e na concepção de objectos. O *de Stijl* procurava activamente uma estética da máquina, se adoptava os fins teóricos do Futurismo, fazia o mesmo com os princípios estéticos e formais do Cubismo (Banham, 1967[1960]:153).

Em modos análogos, todavia contrários à busca de uma certa estética, o Construtivismo declarava-se no seu manifesto (1922) em guerra com a arte e procurava a construção do mundo novo e colectivo. O manifesto construtivista é a concretização de um dos pontos do “Programa do Primeiro Grupo de Construtivistas” desenvolvido em 1921 por Alexander Rodchenko e Varvara Stepanova. Nesse ponto definia-se como tarefa do campo ideológico: “Provar na teoria e na prática a incompatibilidade da actividade estética com as funções de produção intelectual e material”. A tarefa da esfera prática seria a de “construir designs”, ou seja, “a realização do design através do uso de material trabalhado” (Rodchenko and Stepanova 1999[1921]:13).

A ideia de libertação do homem, já antes expressa por Gropius, e a sua associação aos meios mecanizados de produção, tem a sua defesa mais declarada nos princípios teóricos do de Stijl. Banham ilustra esta ideia com uma citação do texto de Mondrian no primeiro número da revista que daria nome ao movimento: “a vida do Homem culto contemporâneo está a dirigir-se gradualmente para longe da natureza, torna-se numa vida mais a-b-s-t-r-a-c-t-a” (1967[1960]:152). A questão da abstracção, colocada nestes termos, é, no de Stijl, algo positivo a assumir, curiosamente ao invés do diagnóstico de abstracção dos tempos do Arts and Crafts e

da *Deutscher Werkbund*. A cultura abstracta significaria a libertação de uma existência bruta associada à vida em contacto com a natureza. “Para o *de Stijl* a maquinaria, ao separar o Homem da natureza, acelerou a espiritualização da vida” (*idem*: 151). Todo o progresso técnico parecia permitir cumprir as aspirações humanas mais nobres:

Tudo o que costumávamos designar como Magia, Espírito, Amor, etc. Será agora eficientemente atingido. A ideia de milagroso a que o Homem primitivo tanto aspirava, será agora realizada simplesmente através da corrente eléctrica, do controlo mecânico da luz e água, da conquista tecnológica do espaço e do tempo (van Doesburg, *Der Wille zum Stil*, 1922 *apud*. Banham, 1967[1960]: 187).

No entanto, o pensamento que orientava o Construtivismo, o *de Stijl*, ou a *Bauhaus* tinha um carácter mais propositivo que analítico. Encontramos disto evidência nos vários manifestos ou discursos produzidos no seu âmbito. Nas suas propostas e entendimentos sobre as artes aplicadas, a arquitectura e o seu papel, aparece sempre a convicção de que estas teriam uma influência positiva na estrutura social e na vida quotidiana de todas as classes sociais. O espírito é de crítica do estado das coisas e de intervenção para a sua reestruturação. A relação com o contexto político é conhecida como maioritariamente socialista ou comunista, encontrando-se, porém, referências a possíveis posições políticas mais próximas das ideologias fascistas ou dos seus regimes.

A questão das perspectivas funcionalistas de design é, em grande parte, decorrente de ideologias que apelam à constituição de uma equivalência social promovida pela forma funcional dos objectos e de tipos formais. À luz da abordagem dos conceitos de Marx e de Simmel, podemos talvez olhar para estas perspectivas como uma tentativa de, mantendo a indústria e o capitalismo, volver a uma condição em que o valor das coisas se media pelo seu valor de uso. Uma vez que a

forma transpareceria a função, mas também a utilidade dos objectos, e se estas se pretendiam equivalentes, talvez contribuíssem para anular o fetichismo.

Sabemos hoje que deste período ficou sobretudo para a história mais conhecida do design aquilo que Maldonado, e outros autores como Otl Aicher ou Gui Bonsiepe, consideram a mitificação da *Bauhaus*, cingida em grande parte ao período da direcção de Walter Gropius (1923-1928). Maldonado contextualiza este processo (1999[1991]:70-72). A ele associados estão a emigração de parte dos professores da *Bauhaus* para os EUA e as exposições onde a ideia de bom design, e a própria expressão *good design*, começava a ser disseminada. A primeira exposição foi “Machine Art” no *Museum of Modern Art* de Nova Iorque (MOMA) em 1934. Depois, em 1938, ocorreu no mesmo museu a primeira exposição sobre a *Bauhaus*, dedicada exclusivamente ao período de 1919 a 1928. O autor salienta a visão idealizada daquela escola que resultava desta exposição, de um período em que surgia um novo estilo resultante do processo de trabalho ali aplicado. Um ideal de forma que claramente definiu o *good design*.

Assim, nos anos seguintes, a discussão foi em grande medida a da forma dos objectos. Os defensores do *good design* colocavam em causa a renovação de formas proposta por uma indústria em recuperação que se reflectia em estilos como o *Styling*. Dessa maneira, mesmo tendo presente a polémica entre os defensores da pureza funcionalista das formas do *good design* e os praticantes do *Styling*, defensores do design como ferramenta do mercado, a discussão parece ter-se ficado sobre qual a forma que melhor reflectia o que realmente se entenderia como design, ou seja o bom gosto. Tal é mais explícito no nome que aquela tendência acabaria por assumir na Europa, *Die Gute Form* (a boa forma) a partir da exposição com o mesmo nome concebida por Max Bill para a *Swiss Werkbund* em 1949.

O questionamento do design como problema da sociedade voltaria a estar presente nas motivações para a fundação da Escola de Ulm (*Hochschule für Gestaltung Ulm*, 1953-1968). Otl Aicher descreve essas razões como a consciência pós-guerra de que “a cultura se devia virar para a realidade” e que o design teria que fazer parte dessa realidade enfrentando os desafios que tinham sido levantados como consequência da história recente. Tendo encontrado inspiração ideológica em Kasimir Malevich, Vladimir Tatlin e László Moholy-Nagy, “ao dar forma ao quotidiano, aquilo que é real, o design tinha-se tornado a plataforma de todas as formas de criatividade humana” (Aicher, 1994a[1991]:86).

Diversos estudiosos do design enquanto disciplina de construção do mundo foram professores ou estudantes daquela escola, entre eles os autores que têm sido referidos neste capítulo, Otl Aicher, Gui Bonsiepe e Tomás Maldonado. Todos eles, em particular Maldonado, viriam mais tarde a escrever também sobre as questões relacionadas com a contestação ao modo de design e seus impactos no ambiente e nas condições de vida, abordagens conduzidas primeiro por Buckminster Fuller e também por Vítor Papanek que seria pioneiro num entendimento do design fora do modo de produção industrial para o mercado (Margolin e Margolin, 2002).

Mas a discussão do design como problema intrínseco do mundo e da sociedade, está, desde o início, directamente relacionada com a expansão da sua influência ocorrida durante o século XX. É igualmente influenciada pelo reconhecimento da presença dos objectos resultantes da actividade de design no quotidiano das populações, a que muito se deveu a intervenção da Escola de Ulm.

Do reconhecimento da expansão do design ao design como problema contemporâneo

Os argumentos sobre a expansão do design, mesmo particularmente do design de comunicação, são abundantes e reconhecidos por aqueles que o praticam, bem como pelos que o observam ou analisam a estrutura social e as grandes questões da humanidade. Consequentemente, são também reconhecidos os argumentos sobre a centralidade social do design, sobre a necessidade de o entender assim e sobre a sua influência na construção do mundo. Aliás, este reconhecimento vai ao encontro de uma antiga ambição do design, a do design total, vinda da arquitetura, embora bem reconhecível nos manifestos programáticos das vanguardas do início séc. XX como tivemos oportunidade de escrever nas secções anteriores deste capítulo.

Uma perspectiva que considere o design como problema a partir do qual se poderá pensar a sociedade contemporânea pressupõe o reconhecimento de que aquele integra a constituição do mundo tal como o vivemos. A este reconhecimento podemos associar o processo de expansão do campo de acção e pensamento do design, ocorrido em grande parte a partir dos anos 1970. Os movimentos em direcção a uma pluralidade daquilo que é entendido como objecto de design, e do que deve ser estudado como tal, têm sido pontualmente documentados, assim como o pensamento que defende essa expansão. Na historiografia do design, John Walker (1989) e mais recentemente Kjetil Fallan (2010) dão conta da mudança de posicionamento teórico, ocorrida em estudos históricos do design, de uma atenção aos grandes heróis do design e às peças de design consideradas paradigmáticas para a defesa da importância, na história do design, dos objectos do quotidiano, encontradas em John Heskett (2004[1980]) ou Adrian Forty (1992[1986]).

As concepções que dão ênfase ao design como actividade intrinsecamente humana, que o situam até no âmbito das ciências humanas, vêm informando o design e a forma como a sua história é estudada. Podemos observá-lo em Norman Potter, em Herbert Simon, Victor Papanek, ou mesmo John Heskett, entre outros. Walker reconhece-o na sua proposta de definição do objecto de estudo enquanto historiador (1989). De facto, uma das proposições que, não sendo recente, tem ganho aceitação é a de que o design é antes de tudo um atributo humano. Assim o refere Norman Potter:

Todo o ser humano é um designer. Muitos também ganham a sua vida através do design — em todos os campos que requerem pausa, e consideração cuidadosa, entre a concepção de uma acção e o planeamento dos meios para a levar a cabo, e uma estimativa dos seus efeitos. (2002[1969] :10).

Heskett estabelece a ligação entre esta afirmação e a de que o design afecta a vida das pessoas a quem se destina. “Design é uma das características básicas do que é ser humano, e um determinante essencial da qualidade da vida humana. Afecta todas as pessoas em todos os detalhes de todos os aspectos daquilo que fazem ao longo de cada dia” (2005[2002]:2). Um pouco mais à frente escreve que “O Design reduzido à sua essência, pode ser definido como a capacidade Humana de dar forma e construir o ambiente em que vivemos, de modo sem precedente na natureza, para servir as nossas necessidades e dar significado às nossas vidas” (*idem*:5). O argumento de que o design está presente em todos os aspectos da existência humana contemporânea é a justificação principal para discutir a sua “centralidade na vida social” de que fala Margolin. Porém, este argumento, não parece ser suficiente para a consolidação do estudo do design segundo a perspectiva da sua “centralidade social”. Para atingir tal consolidação, o passo seguinte é o de entender quais as dimensões associadas a essa centralidade e em que condições ela se observa.

Igualmente, o apelo à constituição de uma disciplina que se dedique a estudar o design, *Design Studies*, integrando-o numa dimensão cultural próxima dos *Cultural Studies*, é registado por Victor Margolin (1989:3-28), integrando uma linha que defende que o estudo do design o deve entender enquanto questão para pensar o mundo contemporâneo.

Em qualquer uma daquelas áreas situam-se como obras iniciais que estimulariam esta expansão do design, o trabalho de Herbert Simon *The Sciences of the Artificial*, particularmente o capítulo “The Science of Design” (1996[1969]), mas também a reflexão de autores provenientes da Escola de Ulm. Bonsiepe ressalva a forma como existia receptividade a influências exteriores e de áreas disciplinares distintas como o pensamento científico e filosófico e como tal viria a integrar posteriormente o discurso sobre design (Bonsiepe 1999a:119-127). Se no trabalho de Bruce Archer se encontra a perspectiva da adopção de uma metodologia científica pelo projecto de design, em Maldonado há já preocupação com o papel do design. Como também Victor Papanek tem no seu *Design For The Real World* (2011[1970]) um dos mais fortes sinais iniciais da responsabilidade do design na sociedade construída.

Na sequência da Escola de Ulm, o design foi adoptando teorias e metodologias, vindas em grande parte das ciências humanas e das visões aí coincidentes com o período pós-moderno, como, entre outros, relembram Margolin e Bonsiepe. Bernhard E. Burdek faz um apanhado exaustivo destas teorias no seu livro *Design History, Theory, and Practice of Product Design* (2005). A ênfase, porém, é dada à exploração dos objectos como forma de comunicação, realçando o plano semântico. Particularmente importantes neste movimento são as teorias semióticas - não obstante bem anteriores ao pós-modernismo, ganham nesta altura novo fôlego - e a psicologia da percepção inseridas no processo de transição para uma estrutura social ligada pela comunicação. É nesse meio que surgem os primeiros indícios do

uso da expressão design de comunicação como resposta, por um lado, e proposição, por outro lado, para a reconfiguração de uma disciplina (design gráfico) e área de actividade.

Quando Margolin introduz o livro *Design Discourse* argumentando a favor da consolidação dos Estudos de Design como uma nova disciplina, justifica-o em parte pela constatação da constituição do design enquanto interveniente nas sociedades contemporâneas que considera necessário debater (1989: 3-28). Neste texto, Margolin dedica-se a descrever o que o levou até aí. O pensamento publicado sobre design, a sua definição e papel no mundo, tinha, até à data, sido disperso e fragmentado, não obstante poder-se contar um número considerável de publicações, sobretudo no período posterior à 2ª Guerra Mundial. A própria fragmentação das diferentes práticas do design produziria visões fragmentadas sobre o mesmo, dificultando a organização de ideias e o estudo avaliativo da sua presença na sociedade (*idem*:5).

Os Estudos de Design, promovidos por Margolin, teriam como base de sustentação o número alargado de textos produzidos até então, que necessitaria de um enquadramento disciplinar a fim de que a discussão se tornasse consequente. Num outro plano é referida a necessidade de espaços de debate para esta hipotética disciplina, associando-lhe as publicações *Visible Language* (1967), *Culture Technique* (1979), *Design Studies* (1979) e *Information Design Journal* (1979) já existentes à época da fundação pelo autor, entre outros, da revista *Design Issues* (1982). A necessidade de uma disciplina de estudos de design decorre, para Margolin, de um reconhecimento do design, igualmente necessário, como uma prática de influência alargada. Tal reconhecimento pressupõe que se procure conhecer aquele fenómeno (*idem*:6). Para o autor, as teorias emergentes, à época, nas ciências sociais e nas humanidades, como o estruturalismo, pós-estruturalismo, representação, feminismo, teoria da recepção, semiótica, ou desconstrutivismo, trariam

novas possibilidades de organização do pensamento sobre design, diluindo as fronteiras disciplinares e proporcionando meios para colocar as questões teóricas. A teoria da recepção proporcionaria meios para entender o papel do utilizador, p.ex. na relação com objectos de interacção digital, por definição flexíveis, que deixam considerável espaço de opção ao indivíduo, assim como outras teorias e métodos podem abrir novas possibilidades para o estudo do design (*idem*:8).

Como tal não podemos conceber nenhuma teoria do design que seja independente de uma teoria da sociedade (...). Com o reconhecimento do papel mais alargado do design na sociedade, podemos começar a abrir espaço para o discurso do design nos grandes debates sobre teoria social, especialmente aqueles que se centram na transição de uma sociedade industrial para uma pós industrial e de uma cultura moderna para uma pós moderna. (*idem*:7).

Margolin estabelece deste modo a conexão entre o alargamento do papel do design e o de uma atenção a uma sociedade progressivamente assente em serviços e no valor da informação. Todavia, ao considerar o pensamento até então registado sobre a sociedade contemporânea, não deixa de ressaltar a ausência de referências ao design, inferindo que a grande maioria dos pensadores não veria ainda o “design como uma contribuição para a modelação de novos paradigmas teóricos, ou o entendimento da disciplina seria mais esclarecido” pelos debates em curso. (*idem*: 8). “O design mostra a mesma promessa para reflexão crítica que a literatura ou a arte, mas tem ainda que atrair uma atenção alargada, sendo que nem os praticantes de design, nem os seus estudiosos produziram argumentos persuasivos da sua centralidade na vida social” (*ibidem*).

Aquela promessa de reflexão crítica vai mostrando a possibilidade de ser cumprida na mais recente apologia do estudo da filosofia do design. Num artigo de Terence Love na revista *Design Studies* (2000: 293-313), defende-se a filosofia do design como uma meta-estrutura para a investigação em teoria do design. Nesse mesmo número foi anunciada uma chamada a trabalhos para um número

especial sobre filosofia do design daquela publicação, que foi publicado em 2002 e dirigido por Per Galle. No editorial (2002:211-218) Galle discorre sobre as possibilidades da filosofia aplicada ao design, percorrendo os artigos ali incluídos, em que a conceptualização dos problemas do design, o pensamento fenomenológico, ou a alteração de paradigmas no pensamento do design são abordados. No ano seguinte foi disponibilizado o primeiro número da publicação em linha *Design Philosophy Papers* com fundamentos aproximados. Ainda nessa década foi fundado o *Centre for Philosophy & Design*, dirigido por Per Galle, com sede na *Royal Danish Academy of Fine Arts, School of Design*.

As origens da filosofia do design procedem das abordagens da filosofia da técnica ou dos artefactos. Contudo, como foi sendo descrito ao longo deste capítulo, em autores do campo do design, a integração do pensamento filosófico ou da teoria social em conceitos teóricos, e até em ideologias operativas, recua bem mais na sua história. É particularmente notória a reflexão sobre o papel da tecnologia no design e sua respectiva influência. Banham resume esta relação com a técnica e suas transformações no seu *Theory and Design in the First Machine Age*:

O nosso acesso a recursos de energia praticamente ilimitados é pesado contra a possibilidade de tornar o nosso planeta inabitável (...). Estas [as transformações da ciência e da tecnologia] são, claro, as grandiosas perspectivas que afectam a economia, a moralidade e a sociologia, do mesmo modo remoto e estatístico que também o fizeram a perfeição da cavalaria, o crescimento das organizações feudais, o surgimento da economia monetária. Mas contrariamente a esses desenvolvimentos do passado, que deixaram os objectos da vida quotidiana, a hierarquia da família e a estrutura das relações sociais quase intocadas, as revoluções técnicas do nosso tempo atingem-nos com uma força infinitamente maior porque as pequenas coisas da vida foram, de forma visível e audível, igualmente revolucionadas (1967 [1960]: 9).

Nas linhas acima reproduzidas, Banham apresenta-nos como uma transição paradigmática aquela em que os objectos tecnológicos passam a ocupar o quotidiano, não como meios de produção para o design, mas quando eles próprios se constituem como objectos de design. É certo que nos deparámos já neste capítulo com argumentos que apontam para a transformação das relações sociais e da vida quotidiana por via dos grandes desenvolvimentos a que se refere este autor. Todavia, é assinalado o momento em que as máquinas se tornam suficientemente pequenas passando a ter presença evidenciada em todos os aspectos da vida doméstica, profissional ou dos momentos de lazer. Banham refere-se especificamente à passagem das máquinas industriais de grande dimensão aos aparelhos de consumo e à sua disseminação massificada.

Enquanto vão deixando de ser complexos técnicos distantes, as máquinas vão, simultaneamente, tornando-se incontornáveis para os designers. No mesmo trabalho de Banham é também feita referência a esta transição para o momento em que os designers e os críticos passam a olhar para estes aparelhos como objectos de design, conduzindo à circunstância do envolvimento dos primeiros no projecto dos aparelhos (*idem*:12). O relato do autor, de como a articulação das máquinas com todos os aspectos da vida se liga com o design, leva-nos a recordar aqui o exemplo da presença de Peter Behrens na AEG e dos electrodomésticos aí produzidos, ou, o exemplo que o próprio Banham utiliza para ilustrar este relato. O da máquina de escrever portátil (fig. 9), ou mesmo o telefone - dos raros aparelhos a serem desenvolvidos por membros da *Bauhaus*.

Como o conhecemos hoje, o design é declaradamente devedor das revoluções nos modos de produção e da idade das máquinas a que se refere Banham. De diversos pontos de vista, a questão da técnica e dos desenvolvimentos tecnológicos aparece-nos inextricável do problema do design e da sua história. Ao longo deste capítulo foi discutida sua presença como meio de produção e reprodução

que permitiu o surgimento do design ou a ambição da sua disseminação por via da produção em massa. Porém, verificamos que a questão da técnica como intrínseca ao design, não é apenas colocada no plano dos meios de produção. Aparece-nos também como uma ideologia e pressuposto teórico que no decorrer da história do design vai sendo discutida de várias formas, ora pela sua apologia, ora pela sua recusa, mas nunca ausente dos debates.

A noção da disseminação do design aparece identificada com os momentos, como este descrito por Banham, em que o quotidiano vai sendo tomado por objectos em que o design, na sua acepção contemporânea, intervém. Como corolário deste capítulo, o relato de Banham serve-nos de ilustração e antecipa, em certa medida, uma das ideias centrais de Flusser sobre o design que será apresentada nas próximas páginas. Essa ideia é a de que a possibilidade desta síntese de que o design é feito, entre os aspectos técnicos dos objectos e as suas dimensões estéticas, o momento em que uns e outras se tornam indistintos, é um dos factores que permite que o design venha a ocupar o seu lugar no mundo hodierno e que exerça a influência referida sobre “a economia, a moralidade a sociologia”, mas seja principalmente notória no quotidiano e nas relações sociais.

fig. 9: Máquina de escrever Olivetti schawinsky, Bauhaus
- Olivetti studio 42, Alexander Schawinsky, 1936



Como sabemos é também pela envolvimento com os meios técnicos, que vão formatando as comunicações humanas, que a actividade e a ideia de comunicação vai ganhando a predominância que tomará conta da nossa sociedade. A expansão do design pela comunicação é devedora deste processo.

O sonho do design total transferiu-se para os média. O esplendor explosivo do interior eclodindo a partir de si mesmo, espalhando pequenos fragmentos de design e designers pela paisagem é antes de mais nada, um esplendor dos próprios média (Wigley, 2007 [1998]: 170).

O design de comunicação como base do agir, dando forma à comunicação sob as condições de uma sociedade de informação como a nossa, vê assim intensificada a sua condição de problema a estudar para pensar o mundo. O próximo capítulo coloca em perspectiva o design enquanto atitude sobre o mundo comum à técnica e à comunicação como formas de emancipar o ser humano da sua condição natural.

Capítulo 2

Design - Comunicação e Condição Humana

O design como problema em Vilém Flusser confunde-se com a condição humana. O ser humano vive na cultura que constrói. Pela sua simbiose com a cultura a condição humana está ditada pela sua vivência na cultura, pelo seu entranhamento. “O termo design significa a própria essência da cultura” enquanto atitude original sobre a natureza. Simultaneamente, significa uma actividade progressivamente mais característica da civilização contemporânea ocidental em que natureza e cultura já não são diferenciáveis (1992:19). Nos termos do autor, esta é cada vez mais uma civilização que cria realidades, que programa e é programada com as tecnologias de informação, a par da predominância da cultura de massas. Uma civilização onde a importante dimensão económica ocupada pela informação e comunicação parece reflectir a relevância que lhe é atribuída gerando, porém, a ansiedade por um mundo mais dialógico. É desta forma que Flusser entende o design e o vê como elemento de estudo central para compreender o presente e perspectivar o caminho para uma sociedade futura.

Nas páginas deste capítulo procuraremos reflectir sobre dois movimentos que constituem a condição do homem como designer e que, por sua vez, definem o próprio de design de comunicação. O primeiro pode ser encontrado na tentativa de escapar pela acção e através da construção cultural às condicionantes impostas. É a tentativa de ludibriar a natureza. O segundo, consequência do primeiro, é a criação de distância em relação ao mundo, primeiro natural e depois construído, e como os seres humanos se relacionam com este mundo construído. Ou seja, de como o design se configura como um meio de transformação do mundo em nosso proveito, meio para a liberdade, e como nos transforma nesse processo. Esta é a base das modelações do mundo pelo design, vistas por Flusser, que abrirá caminho para a reflexão sobre as circunstâncias mais específicas actuais do design de comunicação nos desdobramentos do pensamento sobre design e comunicação que serão conduzidas nos próximos capítulos.

O olhar sobre o design, segundo esta perspectiva, sugere implicitamente que seja evocado para o acompanhar esse outro olhar sobre *A condição Humana* que é o de Hannah Arendt⁹ (2001[1958]). As questões da acção humana, da liberdade e da influência das estruturas tecnológicas ali exploradas são temas que surgem sempre implicados no trabalho de Flusser sobre design.

As formas como nos relacionamos com a produção humana determinam ao longo da história a composição social, e Flusser entende o design como o programador da cidade futura. Mas, certamente, este mundo actual já contém elementos desse mundo futuro transportando igualmente as formas de organização e de relação com a cultura humana de sociedades passadas. O design condensa, na

⁹ Flusser, não tendo o hábito de referir autores, reconhece esta influência e admiração em diversos textos quando se refere aos paradigmas da civilização e da sua relação com os processo de produção. Dedicar um deles ao comentário sobre «A Banalidade do Mal». No Arquivo Flusser existe um documento com anotações feitas a partir de um curso que leccionou sobre esta obra em 1969 onde podemos reconhecer muitas das suas reflexões sobre estes paradigmas.

sua ontologia presente, todos os vestígios das anteriores atitudes humanas sobre o mundo. Porque, não obstante a nossa atitude hoje, enquanto humanidade, se ir deslocando para aquela que Flusser denominou como pós-histórica¹⁰, todas as anteriores convivem ainda na nossa vida quotidiana, informando-a. Para entender o problema do design na era da comunicação, é útil entender os desdobramentos desses outros posicionamentos culturais. Enquadrando primeiro o design como intenção original de oposição à natureza, mas culminando nos relatos do fim dessa dicotomia. Flusser é o autor para esta discussão, entendendo que deixou de existir a dicotomia natureza/cultura, vivemos ou experienciamos a natureza em função dos nossos conceitos culturais sobre ela. Por isso é dificultada a manutenção daquela “distinção ontológica” (2011:150) e por isso tendemos a viver a cultura como se natureza fosse, onde também o mundo em que vivemos é totalmente artificializado. Este seria, de modo simples, o estado contemporâneo do mundo em que nos procuramos orientar, aquele em que o design se constitui porventura no seu mais sofisticado, porque complexo, artifício usado nessa construção de sentido. Em que a sua complexidade se vai constituindo como uma segunda natureza na qual precisamos na mesma medida de nos orientar.

O problema do design e da comunicação em Flusser é o problema do design de comunicação hoje num mundo de “objectos-informação”, este em que a própria informação se constitui como objecto. Um mundo em que a busca por uma comunicação absoluta se revela na “transferência do interesse existencial a partir do objecto para a informação” e, de certa forma, para o sujeito (Flusser, s.d.:4). Esta é também a circunstância do design de comunicação, já caracterizada no capítulo anterior, no que diz respeito à desmaterialização dos seus suportes. Esse percurso é resumido na conferência com este nome, *Objet-Information*, proferida

¹⁰ O conceito de Flusser de Pós-história não tem afinidades com o mesmo termo usado por outros autores no fim do século passado. Flusser não advoga o fim da história, mas antes observa uma vivência do mundo que deixou de ser histórica para passar a ser imaginada.

por Flusser na Universidade Paris VIII, num seminário sobre a modernidade, ao longo da qual, percorre em doze passos o processo humano histórico de produção de artefactos e, por via destes, de relacionamento com o mundo. Desde o mundo objectivo das coisas dadas (natural) ao mundo da informação sem matéria de ideal comunicação intersubjectiva. Este não é mais do que o processo de procura de superação da condição humana pelo artifício humano que Flusser considera estar, no tempo pós-moderno, centrado no papel contemporâneo do design.

Um dos textos em que procura debater esta centralidade do design é o seu ensaio, muito citado, “About the Word Design”¹¹ (Flusser 1999a[1990]: 17-21). Não obstante a sua concisão, nele estão contidas as principais linhas do pensamento do autor sobre o tema. Neste texto, Flusser desenvolve uma reflexão sobre o papel contemporâneo do design, enquanto palavra de língua inglesa genericamente adoptada pelas línguas do mundo ocidental para indicar o mesmo conceito. Partindo do significado em inglês no dicionário, o seu propósito é o de compreender as características artificiosas e “astuciosas”, presentes no design, raramente abordadas. Os significados destas palavras permitem enquadrar o design e a sua actividade na mesma condição de toda a cultura. Esta abordagem semântica pretende explorar a razão destes significados e o papel que assumem. Em qualquer uma das versões do texto é claro o enquadramento do design na mesma condição de todos os artifícios desenvolvidos pelo homem para se impor no mundo.

O design assume, do ponto de vista contemporâneo, o mesmo papel que outrora a arte e a técnica tiveram enquanto actividades indissociáveis uma da outra. O

¹¹ Este texto foi publicado pela primeira vez na revista alemã *Design Report* em 1990 e foi depois publicado em Março de 1992 na revista *ArtForum* com um título ligeiramente diferente: “On The Term Design” na coluna que mantinha nesta publicação com o nome “Curie’s Children”. Foi aliás o primeiro texto ali publicado já depois da sua morte. Como Flusser rescrevia os seus textos noutras línguas, este último tem algumas diferenças em relação àquele escrito em alemão. O texto constante da obra em inglês *The Shape of Things* foi traduzido da versão alemã.

design, contudo, surge para ocupar um espaço que entretanto tinha sido aberto entre a arte e a tecnologia desde a sua divisão pela cultura da idade moderna. Flusser fala da divisão, que até ao Renascimento não se verificava, entre o mundo das artes e o da tecnologia, o primeiro passou a assumir o carácter estético, qualificativo, “macio”, já o segundo se entende como científico, quantificável e, como tal, “duro”. Uma vez que o design se situa enquanto actividade na confluência entre a arte e a tecnologia aliando as duas formas de pensar, serve de ponte para restabelecer a “ligação interna” (*idem*: 19) entre ambas. Mas então que perspectiva é esta que simultaneamente coloca o design nessa posição de ser equiparado ao processo original de oposição à natureza e na de assunto central nas sociedades contemporâneas?

Design e Comunicação como artifício humano

Como já referido, o design é entendido por Flusser como uma actividade intrinsecamente humana. A ontologia do design é antes de tudo equiparada à de todos os artifícios desenvolvidos pelo homem para se impor no mundo, enquadrando-o assim na mesma condição de toda a cultura humana. Uma cultura que, segundo Flusser, procura ultrapassar os problemas com que se deparam aqueles que a produzem e que, por sua vez, age como espelho dos seres humanos, que assim tomam os seus próprios produtos como modelos (2011[1979] :56). Deparamo-nos, no seu pensamento, com uma manifestação da inevitabilidade na criação cultural em que esta se configura como o veículo para a busca constante, primeiro de sobrevivência, de permanência e, segundo, de orientação no mundo e atribuição de sentido à vivência humana. Inicialmente, todavia, a produção de cultura deriva da necessidade de oposição à natureza a fim de resolver os limites que nos impõe, os nossos próprios limites, igualmente naturais, e também as ameaças que a própria natureza que nos rodeia representa. O primeiro movimento do ser humano

como designer é assim o da distinção entre natureza e cultura na tentativa de escapar pela acção e através da construção cultural às condicionantes naturais impostas. É a tentativa de ludibriar a natureza. De acordo com o significado da palavra em inglês¹², o designer é alguém que forja planos e tem intenções insidiosas sobre algo (*idem*).

Assim, a própria forma de desenvolver um projecto de design confunde-se com intento, palavra que na língua inglesa pode ser substituída por design. Nos clássicos da literatura em inglês existem diversos exemplos ilustrativos do carácter artificioso da palavra, como em Shakespeare ou Jane Austen, em que lemos sobre o facto de uma personagem ter *designs* (intenções) sobre algo ou alguém. Um dos exemplos mais replicados entre designers é o de Conan Doyle numa frase proferida por Sherlock Holmes: “No Watson, this was not done by accident but by design”. Esta frase, frequentemente referida em design de comunicação para ilustrar justamente a intencionalidade inerente a um projecto de design, é citada por Erik Spiekermann num capítulo sobre intencionalidade no design tipográfico (Spiekermann and Ginger 1993:69-87). Na oposição design/acidente, ali representada, acentua-se a ideia de intencionalidade e planeamento; já a associação a um crime, sugerida pela identidade das personagens, projecta a noção de engano e de astúcia que, na perspectiva de Flusser, não poderá ser dissociada da condição cultural humana. Astuciosamente, então, o design produzirá, assim, a ilusão de que todas as limitações impostas pela natureza, a nossa e a que nos envolve, são passíveis de serem ultrapassadas ou mesmo eliminadas. Pelo design podemos escapar à nossa condição humana natural (Flusser 1999b[1993] :19).

¹² Em “The Word ‘Design’: Early Modern English Dictionaries and Literature on Design From 1604 to 1837” Eduardo Corte-Real faz uma pormenorizada análise genealógica do design, de como o termo design em inglês veio a estar relacionado com a actividade de design e sobre a origem dos seus significados de desígnio ou designar, plano, e desenho de projecto. Para um relato sobre as várias palavras usadas em português para design e os seus significados ver o artigo “The Different Names for ‘Design’ and their Respective Meanings” (Barbosa, Calvera, Branco :2010)

Os significados em inglês da palavra design enquanto substantivo incluem termos como “intenção”, “plano”, “intento”, “conspiração”, “objectivo”, “esquema”, “motivo”, “estrutura base”. São significados que, lembra o autor, estão associados a “astúcia” e “engano”. Já enquanto verbo (*to design*), os significados incluem “forjar algo”, “simular”, “rascunhar”, “esboçar”, “moldar”, “ter planos [designs] sobre algo” (*idem*: 17). A exploração semântica do problema leva-nos à análise de outras palavras que, segundo o autor, são utilizadas no mesmo contexto como “astúcia” e “engano”. “O designer é um intriguista astucioso que lança as suas armadilhas” (*ibidem*). Na mesma categoria, com significados próximos, encontram-se palavras como mecânica e máquina com origem no grego, *mechos*. Significam “um dispositivo concebido [*designed*] para enganar - i.e. uma armadilha” (*ibidem*). Da mesma forma que uma “máquina” é “um dispositivo concebido para enganar”, no sentido em que também *techne*, com as derivações técnica e tecnologia, se articula com máquina e mecânica, é relacionada com o mesmo contexto de “engano”, desde o seu significado “arte” e da relação com o termo *tekton* “carpinteiro”. Aquele que impõe uma forma sobre uma matéria (madeira) sem forma, causando o aparecimento desta, ou seja, aquele que informa. Quanto a *ars*, o termo em latim equivalente a *techne*, que indica a “capacidade de transformar qualquer coisa em nosso proveito” (*ibidem*) além de estar na origem do termo arte, é igualmente associado a *artifex* que enquanto antecedente de “artista”, significa também trapaceiro e dá igualmente origem a “artifício”, “artificial”, ou “artilharia”.

Estas palavras com origem em *ars* são assunto de três conferências de Flusser na Bienal de Arte de São Paulo¹³. Nelas, Flusser recorre mais uma vez à

¹³ A Bienal Internacional de Arte de São Paulo (Bienal de São Paulo) teve o seu início em 1951 e a sua 31ª edição em 2015. Vilém Flusser colaborou com a Bienal durante um período intermitente de cerca de vinte anos. No início dos anos 1970, Flusser desenvolveu um projecto de curadoria para a Bienal no qual se proponha reestruturar a sua organização, procurando aplicar a sua teoria da

procura etimológica para debater a actividade contemporânea. Neste caso a actividade artística (1985). O autor reflecte sobre três termos próximos que têm a palavra arte em comum abrangendo três aspectos da produção cultural. Artificio, isto é, o meio pelo qual os homens produzem; artefacto, que faz parte dos objectos feitos pelo homem passíveis de serem utilizados; e artimanha, a atitude humana de produção ou, nas palavras de Flusser, “fazer deliberadamente manhoso” ou fazer com estratégia para um determinado fim que se enquadra na noção anterior de trapaça (*idem*:1). Todos são termos que, no seu entender, “des-sacralizam a palavra arte”, colocando a sua discussão no plano da condição humana. Estes três conceitos (artificio, artefacto, artimanha), destinam-se a discutir o problema da arte no quadro da actualidade da época.

Tal reforça bem a ideia do texto *Sobre a Palavra Design* da ligação intrínseca do ponto de vista semântico, com consequências para os efeitos fenomenológicos, das actividades artística, técnica e de design. Tendo em consideração as diferenças na época contemporânea entre as actividades, a análise da origem da atitude comum sobre o mundo ajuda a compreender o design num momento em que se assiste a uma reunião da arte e da técnica, incorporada no design. São palavras que transportam significados ambíguos, como artificio, que pode significar algo positivo como destreza ou obra, ou algo negativo como astúcia, exactamente como a ambiguidade da atitude humana sobre a sua produção cultural “entre o belo e o feio, o bom e o mau, o verdadeiro e o falso” (*idem* :1).

Esta dimensão é relativa ao artificio sobre a natureza, exactamente o movimento inicial de oposição à natureza como forma de sobreviver às suas ameaças. “Uma alavanca engana a gravidade e a ‘mecânica’ é uma estratégia para ludibriar os corpos pesados” (Flusser 1999b[1993] :17). O exemplo da alavanca aparece

comunicação ao uma forma de “expor” arte que fosse mais dialógica. Houve uma aplicação parcial das suas propostas num dos núcleos da edição de 1973 da Bienal. Mário Ramiro escreveu a este respeito na revista ARS (2007: 32-37)

com frequência referido nos seus textos, sempre em circunstâncias em que Flusser fala do carácter enganador da natureza das criações do homem como condição humana. E essa é a resposta à pergunta quem e o quê estariam a ser ludibriados neste processo de criação cultural. Seria a própria natureza. Porém, esta ideia indica apenas que nos iludiríamos a nós próprios sobre a nossa natureza. A alavanca, máquina que simula o braço humano ampliando a sua força, permite-nos ultrapassar as nossas limitações naturais, neste caso, a força do nosso braço, elevando qualquer coisa que desejemos desde que construamos uma alavanca suficientemente potente.

Este é o design que é a base de toda a cultura: enganar a natureza através da tecnologia, para substituir o que é natural com o que é artificial e construir uma máquina da qual saí um deus que somos nós próprios. Resumindo: o design por trás de toda a cultura tem de ser suficientemente ilusório (artificioso?) para transformar meros mamíferos condicionados pela natureza em artistas livres (*ibidem*).

Agir sobre o mundo natural equivale a agir sobre um mundo objectivo, aquele que pelos seus obstáculos naturais se nos imporia. Assim, “fazer, no nosso caso, é agir sobre o mundo objectivo para alterá-lo. Ir contra o mundo”, procurar novos caminhos (métodos).

somos bichos artífices, *homines fabri*. Bichos a mudar de técnica, a fazer artifícios. (...) Por certo: nossa meta primeira, ao avançarmos contra o mundo, é a de fazer com que o mundo seja como deve ser, e deixe de ser como era. Mas tal meta primeira rebate contra nós, e isto torna evidente a nossa meta derradeira: avançamos contra o mundo, afim de fazermos com que sejamos como devemos ser, e deixemos de ser como éramos (Flusser 1985:1).

Poder-se-ia dizer, seres frágeis, que sucumbem ao meio em que vivem.

Os resultados dos artifícios humanos são, usando o termo da mesma categoria, os artefactos, cujo conjunto resultaria na cultura humana. A distinção natureza cultura, enquanto conceitos da idade moderna ou, como lhe chama Flusser, da

“ontologia tradicional”, implica a distinção entre dois tipos de objectos: o “dado”, onde se inserem todos os objectos da natureza, como as montanhas, as plantas, os astros, os animais; e o “feito”, onde se encontram todos os artefactos. O mundo dos objectos “feitos” teria como finalidade “abrigar os homens contra o primeiro tipo de objectos” (*ibidem*). E assim se chega ao processo de trapaça, fraudulento, caminho que os artificios tomam com o fim último de tornar os homens em seres sábios, abrigados dos perigos, com memória e, por isso, livres de todas as limitações objectivas que lhe são impostas pela natureza. Isto é, a estratégia para atingir determinados fins.

A comunicação está entre os artificios para ludibriar a natureza. Partilhando do mesmo carácter de artificialidade que o design não escapa ao processo de mediação, pois o que a distingue enquanto elemento humano é ser, intrinsecamente, um processo artificial, uma tentativa de transpor as limitações da natureza. Segundo Flusser as pessoas não se fazem compreender através de meios naturais. Quando falam, as pessoas não emitem sons naturais como se tratasse de uma canção de um pássaro, tal como escrever não é um gesto natural como uma dança de abelhas. Claro, existem outras relações interpessoais “naturais” (tais como entre mãe e filho, ou as relações sexuais). Pode-se afirmar que são as mais originais e fundamentais formas de comunicação, mas não são características da comunicação humana. Mais ainda, foram consideravelmente afectadas por técnicas artísticas (“influenciadas por cultura”). A comunicação está, assim, relacionada com aspectos não naturais que os seres humanos desenvolvem - é por essa razão que integra as disciplinas denominadas ciências humanas e não as ciências naturais (Flusser 2002a[1974]:3).

Dois argumentos sustentam a defesa da artificialidade intrínseca da comunicação humana. Ambos se encontram, tal como o design, na tentativa de transpor as limitações da natureza. O primeiro argumento reside na constatação de que a

comunicação humana assenta em técnicas, nas palavras de Flusser “técnicas artísticas” (*idem*:4). Ou seja, meios para ludibriar a improbabilidade natural de comunicar. Estas técnicas, de que dependem os processos de comunicação, são primordialmente códigos que tornam possível a comunicação entre seres humanos. Sendo essa a sua função, a utilização dos códigos pressupõe uma intenção, um plano para um determinado fim, tal como o design, tal como a máquina.

O segundo argumento refere-se à tentativa na comunicação humana de registar o conhecimento, constituindo esta como um substituto da experiência e, concomitantemente, como forma de fixar e fazer perdurar no tempo a experiência que se perderia naturalmente por entropia (Flusser 2002b[1978]:37). Na mesma dimensão em que se dá forma a um material, tornando aparente a ideia de uma determinada forma, a comunicação humana torna aparente a experiência humana. Verifica-se a *in-formação* da experiência, do conhecimento, para os comunicar, tornar comuns. A própria origem da palavra informação, *informatio* em latim, agrega no seu significado, como é recordado na obra *A Explosão da Comunicação* (Breton and Proulx 2000[1989]:47), o conceito de dar forma, representação, com o de ensinar, indicando, sugerem os autores, uma cultura que não dissocia os aspectos da técnica e do conhecimento.

Ao enquadrar a comunicação como um substituto da experiência, os códigos que a compõem têm como propósito tornar possível essa comunicação entre pessoas. Um código é um sistema de símbolos. Como os símbolos são fenómenos que substituem (“significam”) outros símbolos, a comunicação é um substituto: toma o lugar da experiência, daquilo que tenciona comunicar. As pessoas têm de se fazer entender por códigos, porque perderam contacto directo com o significado dos símbolos. O homem é um animal “alienado”, que tem que criar símbolos e ordená-los em códigos se quiser reduzir o fosso entre ele próprio e o “mundo”.

Ele deve tentar “mediar”. Ele deve tentar dar significado ao “mundo” (Flusser 2002b[1978]:37).

Todavia, os seres humanos nem sempre são totalmente conscientes do carácter artificial da comunicação humana - o facto de que o homem se faz entender através de técnicas artísticas (Flusser 2002a[1974]:3). Na perspectiva de Flusser, os indivíduos tendem, uma vez apreendido um código, a encará-lo como natural e a esquecer o seu carácter artificial. Se se aprendeu o código dos gestos, então já não se reconhece que assentir com a cabeça significa “sim” só para aqueles que fazem uso deste código. Códigos (e os símbolos que os compõem) tornam-se uma segunda natureza e o mundo codificado no qual vivemos - o mundo de fenómenos significantes, como abanar a cabeça, sinais de trânsito e mobília - fazem-nos esquecer o mundo da “primeira natureza” (o mundo significado). Os códigos parecem-nos tanto menos naturais, menos nos são familiares (fig. 10,11). As características formais dos códigos que não conhecemos tornam-nos conspícuos e pouco ‘naturais’ (fig.12). A intenção da comunicação humana (o seu design) será mesmo a de provocar o esquecimento da natureza, da circunstância natural em que não existe significado e em que estamos isolados justamente porque essa comunicação não existe naturalmente. Para Flusser essa é a condição natural do homem, ser solitário pela consciência da inevitabilidade da sua morte em qualquer momento. A comunicação constitui-se como fenómeno que contraria o isolamento e a falta de sentido encontrado na inexorabilidade da morte. Porque, por via do artifício da comunicação a experiência humana é transmitida além da nossa morte. É um meio para a imortalidade.

A comunicação humana espalha um véu à nossa volta sob a forma de mundo codificado. Este véu é feito de ciência e arte, filosofia e religião, e é espalhado de forma progressivamente mais densa, para que esqueçamos a nossa solidão e morte, incluindo as mortes dos outros que amamos (*idem*: 4).

fig.10: Espécime da fonte tipográfica Lisboa, Ricardo Santos



fig.11: Pictogramas para os jogos olímpicos de Munique, Otl Aicher, 1972



fig.12Cartaz, fonte tipográfica chinesa Kong, Kevin He, 2013



Contudo, quando vista da perspectiva da interpretação, a artificialidade deste fenómeno torna-se aparente. A técnica artificiosa dos seus métodos - a produção intencional de códigos - é só parte do problema. Sendo não natural, a comunicação humana é de facto perversa, no sentido em que perverte o curso da natureza ao pretender armazenar a informação que adquire. É “negativamente entrópica”. Pode-se assumir que a transferência de informação adquirida de uma geração para a outra é um aspecto essencial da comunicação humana, uma característica geral da humanidade: o homem é um animal que descobriu certos truques com o propósito de armazenar informação adquirida (*idem*:5). Este é o segundo argumento para o enquadramento da comunicação humana como artifício utilizado por Flusser. Na tentativa de registar o conhecimento, a comunicação contraria, ignore-se a redundância, a natural tendência entrópica da natureza (*ibidem*) procurando a tal fixação a que se opunha Platão.

Interpretando-se esta tendência negativamente entrópica da comunicação humana, em vez de a tentar explicar, então ela aparece a uma luz diferente. Neste caso a acumulação de informação não é vista como um processo que é estatisticamente improvável, mas sim possível. É abordada como uma intenção humana - não como o resultado de acidente e necessidade, mas do exercício humano da liberdade. O armazenamento de informação adquirida não é uma excepção à segunda lei da termodinâmica (tal como nas ciências de informação), mas antes, é a intenção de um ser humano condenado à morte. E da seguinte maneira: estas duas teses fazem a mesma asserção. A tese de que a comunicação humana é uma técnica artística direccionada contra o isolamento; e a tese de que a comunicação humana é um processo direccionado contra a tendência geralmente entrópica da natureza. A tendência impassível da natureza para se mover para condições mais prováveis, em direcção ao pó, não é mais que o corolário objectivo da experiência

subjectiva da nossa própria solidão e morte inevitável. Visto, quer de uma perspectiva existencial (como uma tentativa para ultrapassar a morte ao recrutar a ajuda de outros) quer de uma perspectiva formal (como uma tentativa de produzir a armazenar informação), a comunicação humana aparece-nos como uma tentativa de negar a natureza. (*idem*:6).

No processo de interpretação do fenómeno da comunicação não se pode escapar a uma interrogação sobre a verdade daquilo que é registado e transmitido uma vez sujeito ao processo de comunicação. Substituir a experiência humana pela comunicação implica perda de autenticidade dessa experiência. É este o dilema que conduz ao tema do próximo ponto.

Traição da forma e perda de autenticidade

Se o primeiro movimento de diferenciação da natureza se pode situar inicialmente no campo do *labor*¹⁴, e mais tarde a produção de artefactos nos coloca como *homines fabri* tal como enquadrado por Arendt (2001[1958]), é a actividade da *theoria*, da contemplação, que assume uma posição hierárquica superior até à era moderna. Não só a *vita contemplativa* seria sinónimo na Antiguidade Clássica do único modo de vida realmente em liberdade, como as ideias teóricas eram eternas e imutáveis.

Já vimos que o problema do primeiro movimento de diferenciação da natureza se articula com carácter de artifício inscrito tanto no termo arte como no termo técnica. Igualmente a atitude de escapar aos limites naturais está presente nos processos (artifícios) de comunicação humana. À proximidade ancestral entre estas palavras é assim possível associar, e Flusser refere-o com alguma regularidade nos seus textos, a objecção dos pensadores gregos ao registo e fixação das

¹⁴ Sinteticamente, o *labor* é caracterizado por Arendt como a actividade de produção de tudo o que é vital ao ser humano, necessário para a manutenção da vida.

ideias, mais concretamente à noção platónica de ideia e teoria e da sua traição e distorção quando materializadas. Artistas e técnicos eram assim, em termos platónicos, considerados traidores das ideias, trapaceiros que “seduziam astuciosamente as pessoas a apreender ideias distorcidas” (1999a:18). Este é um tempo que se estende pela época clássica e medieval em que a contemplação teórica ocupava o lugar mais nobre na estrutura social, aquele que era símbolo de liberdade, de vida livre dos constrangimentos da sobrevivência ou do fazer.

Flusser lembra a perspectiva platónica sobre a arte e a técnica, o carpinteiro seria um técnico, ou um artista tendo em conta o significado da palavra que lhe dá origem, que impõe uma forma teórica (uma ideia) à madeira, uma matéria inicialmente sem forma. No sentido platónico, ao fazê-lo, o carpinteiro estaria a trair e a distorcer a forma teórica (ideal) apenas pela sua concretização. Para Platão “artistas e técnicos eram traidores das ideias e embusteiros porque seduziam astuciosamente as pessoas a apreenderem ideias distorcidas” (*ibidem*). Mas também porque estas são “pessoas que seduzem pessoas a admirar matéria desprezável como a pedra ao dar-lhe a forma de estátuas” (Flusser 1992:20). O conceito clássico de *theoria* enquadra as ideias no mesmo plano dos objectos “dados” descritos acima. Aqueles que existiriam previamente sem a intervenção do homem e que, enquanto tal, se constituíam como fenómenos imbuídos de mistério, transcendentos. As ideias seriam pois percebidas como formas eternas, por oposição aos objectos “feitos” de que se falou a propósito do conceito de artefacto.

Transpondo para o mundo dos objectos, pode-se entender a matéria como a substância amorfa que é embutida, ou que enche uma determinada forma. O mundo material seria apenas concretizado quando lhe é dada uma forma, de outra maneira manter-se-ia amorfo. Já a forma não precisa da matéria para existir, apenas para lhe dar aparência. A matéria tem uma condição transitória, pode desaparecer. Como no exemplo da madeira a que é dada a forma de uma mesa. Esta

pode decompor-se com o tempo ou por acção do Homem, porém a sua forma mantém-se como uma ideia elementar: uma superfície plana com 4 pernas. “Posso imaginá-la em qualquer parte e em qualquer altura (vê-la no olho teórico da minha mente). Daí que a forma da mesa seja real e o seu conteúdo (a madeira) seja só aparente” (Flusser 1999b:24).

Contudo, na perspectiva platónica, quando a forma (uma ideia) é aplicada à matéria amorfa, enquanto “en-forma” a matéria, deforma a ideia, a própria forma. Assim poderíamos considerar a dupla condição astuciosa do processo humano de dar forma. Uma, o engano da natureza, isto é, a luta contra as formas “dadas” e a auto ilusão sobre as nossas próprias capacidades, o objectivo de criar “um Deus que somos nós próprios” (Flusser 1999a:19). E cumulativamente a noção platónica de que a concretização das ideias puras, i.e. teóricas, se configuraria inevitavelmente como uma traição à vida contemplativa, à vida em liberdade.

Flusser dedica “Betrayal” (2002c:58-62), ao problema da traição pela *in-formação* do conhecimento na comunicação. Em particular à traição inerente à sua publicação e divulgação. Mais adequadamente, e por estar mais próximo da ideia de traição, é ali usado o termo divulgar no sentido de tornar vulgar um segredo que é o conhecimento. Verifica-se esta traição no mero acto de se traduzir o conhecimento numa forma comum ao público. Arendt demonstra esta mesma preocupação no capítulo dedicado à esfera pública do seu livro *A Condição Humana* em que, ao referir-se ao termo público, escreve que este significa “em primeiro lugar que tudo o que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível. Para nós a aparência - aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos - constitui a realidade” (Arendt 2001[1958]: 64). O design associado aos processos de comunicação transporta assim uma dupla carga ilusória: a da sua própria condição enquanto peça de design (com intentos artificiosos) e a de ser veículo de comunicação, de divulgação, tomado como realidade.

As ideias, as formas puras, e a noção de «traição», ocupam um importante papel na caracterização do design e também na da comunicação. Em primeiro lugar no dilema da *in-formação* dos objectos e da sua mediação, da noção de que qualquer dispositivo artificial, a partir do momento da sua concretização, imediatamente se constitui também como um obstáculo. Em segundo lugar, regressando à importância da consciência da ilusão da cultura, neste caso da comunicação humana, da consciência de que a comunicação é sempre uma substituição do conhecimento e não o conhecimento total e verdadeiro. A relação estas formas de ilusão e a sua consciência têm influência no problema do valor em design, na desvalorização de valores como as ideias, acompanhando uma certa dessacralização dos objectos. Sintoma, para Flusser, de um tempo pós-moderno a caminho de uma sociedade telemática na qual considera a possibilidade de um regresso da prevalência do modo de vivência teórico, descrito mais à frente.

Ação sobre o mundo como liberdade

Como enunciado ao longo das páginas anteriores, o entendimento do design, aqui desenvolvido, implica o entendimento de que este tem em si inscrito o fazer humano, o fazer do mundo. “Agir sobre o mundo objectivo para o alterar” (Flusser 1985:2). Todavia, o design, enquanto disciplina, situa-se já num tempo em que os resultados do fazer humano fizeram, por sua vez, o homem. Como escrito atrás, a visão de Flusser sobre o design desenvolve-se a partir dos seus significados que apontam para artifício, ou conspiração e também oposição à natureza por via de artimanhas, todos relacionados com a actividade de transformação da natureza em nosso proveito. E, como aponta em *Artifício, Artefacto, Artimanha* (1985), com o objectivo da nossa própria transformação. São processos de transformação do mundo e de nós próprios chamados de trabalho (Flusser 1998:40).

Flusser utiliza a categoria do *homo faber* para argumentar como é possível encontrar, na história da produção enquanto cultura, a razão e a história humanas. No seu trabalho o design encontra-se no extremo contemporâneo da história e, mais importante, na transição de uma possível futura mudança de paradigmas culturais. Recentemente, o argumento do desenvolvimento da humanidade pelo design (num entendimento alargado) foi desenvolvido por Tony Fry, filósofo e teórico do design que se dedica, entre outros assuntos, à reflexão sobre a relação entre design e política. Numa extensa obra em que aprofunda o seu conceito de *design ontológico*, argumenta por um uso deste conceito como interpretação complementar para as explicações biológicas e sociais da evolução da espécie humana (2012). Neste livro, Fry defende e reflecte sobre a indivisibilidade entre o fazer e a evolução humana enquanto espécie. Não obstante não ser tanto uma inquirição fenomenológica sobre os efeitos da fabricação humana, a sua inscrição do design como ontológico contribui para as formas de caracterização da relação entre o homem e o seu meio. E, especificamente, para a afirmação do design como um dos fundamentos da humanidade, como descreve Anne Marie-Willis, editora da revista *Design Philosophy Papers*, numa sua exploração deste conceito (2006).

Podemos documentar os paradigmas a que se refere Flusser com a sua categorização dos períodos em que as formas de trabalho se vão transformado, alterando a nossa posição no mundo. Mutações motivadas por uma liberdade sempre ambicionada, porém, sempre protelada a cada um destes desenvolvimentos. Flusser propõe a identificação de quatro períodos: mãos, instrumentos, máquinas e aparelhos. Uma evolução que o autor percorre em “Die Fabrik”, integrado na compilação *Vom Stand der Dinge , Eine Kleine Philosophie des Design* (Flusser 1993a:69-75)¹⁵. Estes períodos não estão longe daqueles relatados por Arendt.

¹⁵ Esta compilação tem sido mais referida nestas páginas na sua tradução para inglês, no entanto, consideramos que o texto em alemão que aqui traduzimos é mais preciso e coerente com outros textos de Flusser quanto aos termos adoptados.

Aliás, ainda que não se referindo explicitamente às categorias de Arendt, nestas descrições podemos vislumbrar, além do noção de *homo faber*, a presença do *animal laborans*, da passagem do labor ao fabrico e também pela vitória do *animal laborans*, quando fala dos funcionários, para, porém, ir porventura mais longe ao identificar e caracterizar o *homo ludens*.

Fabricar significa, tomar o que está disponível no ambiente para torná-lo para nosso proveito em algo produzido, usar esse produto e servir-se dele. Estes procedimentos são primeiro feitos pelas mãos, depois pelos instrumentos, a seguir pelas máquinas e agora pelos aparelhos, porque as mãos humanas são órgãos para virar [transformar, manipular] (acto que corresponde à informação contida no nosso património genético). Assim, quer instrumento, quer máquinas, quer aparelhos, são considerados simulações das mãos, que amplificam as características genéticas hereditárias por meio de informação cultural adquirida (*idem*:69).

À transição entre cada um destes períodos e o seguinte corresponderá uma alteração nos modos de existência humanos consequente da progressiva artificialização do homem. Do uso das mãos até ao uso dos aparelhos vai-se progredindo de uma existência natural para uma cada vez mais artificial, uma vez que estas passagens necessitam sempre de ser apoiadas na informação cultural anteriormente adquirida. Para produzir os instrumentos é necessário o conhecimento da manipulação, para construir máquinas é preciso o conhecimento adquirido com os instrumentos e para conceber os aparelhos, o conhecimento adquirido com as máquinas. Igualmente para os usar. A acumulação de conhecimento adquirido, de cultura, artificializa o homem no sentido literal em que este se distancia da natureza a de uma relação natural com esta.

Flusser limita desta forma as três revoluções industriais. A primeira com a passagem das mãos para os instrumentos, a segunda com o aparecimento das máquinas e a terceira com o dos aparelhos. Este processo traduz-se na alienação do meio ambiente em que, como já foi referido, a cultura protege o indivíduo, e

amplifica as capacidades humanas limitando-o simultaneamente, porque este já “não se sente à vontade no seu meio” que já não é natural (Flusser 1993a:70). A primeira revolução industrial retira o homem da natureza, a segunda retira-o da cultura anterior. Na terceira, para construir as máquinas é já necessário o conhecimento da teoria científica e não apenas a observação do mundo natural, estas são, portanto, instrumentos com mais cultura.

Se realmente for comprovado esse divórcio definitivo entre conhecimento (no sentido de *know-how*) e o pensamento, então passaremos sem dúvida à condição de escravos indefesos, não das nossas máquinas como do nosso *know how*, criaturas desprovidas de raciocínio, à mercê de qualquer engenhoca tecnicamente possível, por mais mortífera que seja (Arendt 2001:14).

Uma reviravolta no modo de existência humana que é ilustrada por Flusser observando a progressão da posição física do homem em relação ao instrumento que usa. No caso da primeira revolução, o indivíduo é visto como uma constante e os instrumentos como variáveis. Na disposição do espaço de trabalho, este indivíduo está no centro da oficina e vai substituindo os instrumentos à sua volta. Nesta circunstância, ele é também o centro no sentido abstracto, uma vez que são os instrumentos que o servem e vão sendo repostos quando deixam de servir. Na segunda revolução industrial, a máquina passa a estar no centro da fábrica e é o homem que a serve, que a alimenta, andando à sua volta e sendo substituível por outros. Passa a ser funcionário da máquina. Para o autor, mesmo o dono da fábrica é uma variável, pois para produzir, a máquina não necessitaria dele. A máquina é mais valiosa e durável.

A revolução ainda em curso, a terceira, da máquina para o aparelho, cujo fim Flusser ainda não via como próximo, é a revolução da produção e troca de informação. Os aparelhos “são objectos pós-industriais” para os quais ainda não ex-

istem categorias adequadas como as do período industrial (1998:42). Uma das categorias fundamentais do período industrial, o trabalho, não é aplicável aos aparelhos, justamente pelo facto de a sua acção não ser a de modificar o mundo, mas “a vida dos homens”. A terceira revolução é pois a da produção de símbolos e da troca de informações, a do estabelecimento do mundo codificado. Estas são actividades que, precedendo o aparecimento dos aparelhos, são na actualidade exercidas por meio destes últimos, tornando-se fundamentais à medida que vão ocupando o centro do sistema social (Flusser 1999b:43-50).

A estrutura associada às máquinas é em tudo diferente da dos aparelhos. No caso das máquinas, dispositivos de grande dimensão que em conjunto formam fábricas, estão ligadas umas às outras por se alimentarem em rede, dando lugar a parques industriais e em seu redor muitas vezes a povoações. No caso dos aparelhos, estes, não obstante serem produzidos por máquinas, são manuseáveis por serem, em geral, de menor dimensão do que as máquinas. Estes só podem funcionar em conjunto com o indivíduo. Se por um lado o aparelho funciona por acção humana, por outro o ser humano age em função do aparelho, isto é, “o aparelho só faz o que o ser humano quer, mas o ser humano só pode querer o que o aparelho pode fazer”. É um funcionário (*idem* :44). Ocorre, nesta forma de pensar, a ideia de um processo de retorno à primeira fase de oposição à natureza. A acção directa sobre a natureza do homem primitivo que, com o uso das mãos, pode produzir em qualquer momento e em qualquer lugar, será comparável à dos seres humanos que

equipados de aparelhos pequenos, minúsculos, ou porventura invisíveis, estarão ocupados a produzir sempre por toda a parte (...). Todos estarão ligados com todos em toda a parte e sempre graças aos aparelhos conectados por cabos reversíveis. E por intermédio destes cabos, assim como dos aparelhos, poderão tudo captar, transformar, utilizar (Flusser 1993a:73).

Um relato da vida na sociedade pós-industrial descrita por Flusser, bem perto da nossa realidade de hoje, que, contudo apresenta grandes distinções da sociedade primitiva baseada no uso de instrumentos. Quanto mais complexos se tornam os instrumentos, mais abstractas se tornam as suas funções. O uso dos instrumentos era possível apenas pela aprendizagem empírica. O das máquinas implicaria uma aprendizagem escolar desde a escolaridade básica, para as usar, ao conhecimento teórico na universidade para as conceber. No entanto, a aprendizagem no caso dos aparelhos implicaria um outro processo mais abstracto ainda não totalmente possível de avaliar, já que mesmo a aprendizagem da sua construção é feita usando outros aparelhos.

Os aparelhos substituem os seres humanos na transformação da natureza em objectos de uso, essa é uma das causas do fim da categoria trabalho. Os *homens-aparelho* seriam por isso uma espécie de académico com a possibilidade de uma vida contemplativa. Porque, no entendimento de Flusser de uma sociedade futura verdadeiramente pós-histórica, o grau de abstracção, por via das tecnologias, seria de forma a que o nosso quotidiano fosse principalmente dedicado a uma vivência teórica (porque abstraída), regressando à possibilidade de uma vida contemplativa em que a teoria voltaria a ter predominância sobre os outros modos de vida (fig. 13). Uma vivência abstracta, em que os aparelhos podem fazer o trabalho correspondente à transformação do mundo natural para nosso proveito, transforma os seres humanos numa espécie que Flusser denomina *homo ludens*¹⁶. As características desta espécie são aparentemente paradoxais. Este é um ser humano que, estando rodeado de aparelhos, sejam aparelhos tecnológicos, sejam aparelhos institucionais ou sociais, vive em função desses mesmos aparelhos. É um funcionário porque está destinado a operar segundo as regras (programas) dos

¹⁶ *homo ludens* é um termo utilizado primeiro por Johan Huizinga, historiador e teórico holandês que em 1939 publicou o livro *Homo Ludens. Versuch einer Bestimmung des Spielelements der Kultur* sobre a importância cultural do elemento lúdico.

aparelhos, a jogar com os aparelhos explorando as suas possibilidades e não a trabalhar. O *homo ludens* carrega em teclas e em grande parte a sua ocupação é brincar com a informação, permutar símbolos por outros símbolos, recombina-los, mas sempre dentro do programa do aparelho em que a automação tem um peso importante.

Todavia este é também um ser humano que, embrenhado naqueles aparelhos, vivendo teóricamente, pode, com a mesma informação não material, ou seja com *objectos-informação*, viver livremente. Essa possibilidade assenta primeiro na estrutura em rede dos aparelhos que proporciona o diálogo na comunicação, ao invés de outros meios caracteristicamente discursivos (Flusser 1999b:90-94). Para tal é, no entanto, necessária a consciência da nossa posição enquanto funcionários como ponto de partida para procurar impor a intenção humana à intenção programada nos aparelhos. “A liberdade é jogar contra o aparelho” (Flusser 1998:95), produzindo programas que não estejam no próprio programa do aparelho e fazendo-o em diálogo com os outros. Por último, este tempo dos *objectos-informação*, porque aproximando-se do imaterial, está próximo da criação de novas realidades a partir dessas informações e trocas de símbolos permanentemente reconfiguradas. Nesse mundo imaterial, onde a informação é a realidade, também a teoria se aproxima da práxis. O artifício é a um só tempo o da intenção e o da sua concretização. O design como disciplina que projecta ideias (*theoria*) pode, assim, ter o seu espaço óptimo em que o projecto e a sua concretização ocorrem no mesmo momento, no mesmo espaço de informação pura.

A realização plena desta última revolução, que Flusser considera ainda em curso (e, embora actualmente mais próximo das suas definições, não existem ainda indicações de que se possa considerar concluída de acordo com os seus termos), culmina porventura na transformação última do homem, da sua “derradeira artificialização”.

Situação na qual o homem, enquanto derradeiro artifício do homem, passa a ser a “obra perfeita”. Tal situação seria o fim da história humana, a objectivação (realização, artificialização) total do sujeito. (...) Técnicas avançadas como a robótica e a informática permitem vislumbrar, desde já, a derradeira artificialização do homem (Flusser 1985:2-3).

Como resultado da obra perfeita, Flusser entende também, porque valor primeiro, a liberdade plena.

O design em Flusser e a condição humana em Hannah Arendt

O tema da liberdade dos seres humanos, ou pelo menos o da perseguição da sua libertação daquilo que os condiciona, serve de mote a Arendt, como nos é dado ler logo na primeira página do prólogo de *A Condição Humana* (2001:11). O mesmo tema é uma constante na obra de Flusser. A sua leitura atenta revelará a liberdade como uma motivação fundamental no seu pensamento. Os meios de transformação do mundo, nos quais, segundo Flusser se pode incluir o design, configuram-se então como meios para essa finalidade.

Como Arendt, Flusser nega para o mundo presente a distinção entre o mundo dado e o mundo feito, entre o contemplativo e o real. Não obstante, sendo da capacidade humana de transformar a natureza que para ambos surge o artifício. Os dois autores relacionam-no com o trabalho. A caracterização de Flusser da construção do mundo artificial como trabalho é aliás devedora dos pressupostos de Arendt, «O trabalho é a actividade correspondente ao artificialismo da existência humana», assim como da ideia de processo de distanciamento da natureza: «O trabalho produz um mundo 'artificial' de coisas, nitidamente diferente de qualquer ambiente natural» (*idem*: 19). São os artefactos, resultados do artifício, do trabalho, que «emprestam certa permanência e durabilidade à futilidade da vida mortal e ao carácter efémero do tempo humano» (*idem*: 20). Assim como em Flusser

o artifício humano, os primeiros artefactos, a comunicação, o design, são a tentativa constante de emancipação (libertação) daquilo que condiciona os seres humanos. E nesse sentido, em Flusser, as questões da permanência e da luta contra a mortalidade enquadram-se nos processos que ludibriam a natureza e procuram a transformação dos homens, idealmente em seres imortais. Já o design na perspectiva de Flusser está sempre relacionado com os meios de transformação do mundo, reforçado posteriormente com o problema da comunicação e da transmissão de informação como forma de assegurar essa permanência para lá da nossa morte.

Apesar de Arendt se referir a épocas mais específicas, ambos coincidem na identificação das grandes alterações na hierarquia dos três diferentes tipos de vida pela autora balizados: A vida laboriosa, a vida política do *homo faber* e a vida contemplativa. Enquanto Flusser situa as crises da cultura nos meios de transformação do mundo - instrumentos, máquinas, aparelhos (Flusser 1999b:43-50), Arendt vai explorar as nuances de cada uma destas eras e aprofundar a articulação entre os três tipos de vida. Vale a pena realçar alguns aspectos da sua análise, sobretudo para compreender a posição de Flusser e do design hoje.

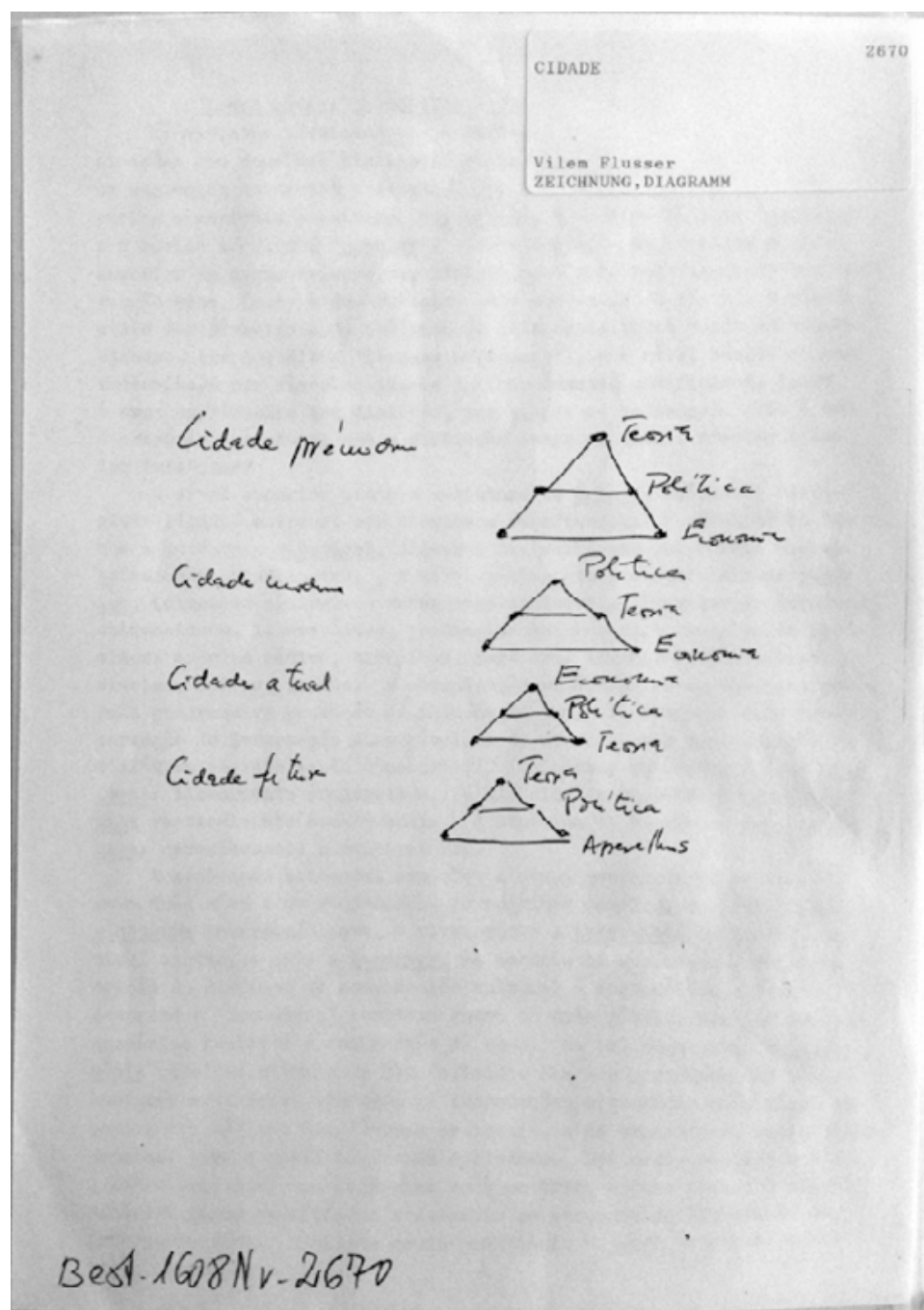
As visões da antiguidade clássica dos tipos de vida e da sua hierarquia estratificada colocavam no topo a vida contemplativa de pensamento e teorização. Mas a sua existência era necessariamente sustentada por uma camada intermédia de indivíduos que concretizava as condições de vida, e ainda por uma camada base mais alargada de pessoas que se dedicavam às tarefas de sobrevivência. As crises da cultura humana rompem, não só com a ordem destes estratos como mudam as características das próprias categorias. Com o Renascimento, a primeira crise coloca o *homo faber* no topo desta pirâmide, passando a teoria, vida contemplativa para segundo lugar. Ao mesmo tempo, o *homo faber* junta nessa

categoria a produção das coisas com o governo das coisas. Com a Revolução Industrial a actividade de produção e comércio em massa ganha predominância, e a actividade de topo é aquela que é feita em função desta estrutura. É assim o que Arendt classifica como uma “sociedade de operários” em que estes representariam o *homo laborans*. Esta sociedade «requer dos seus membros um funcionamento puramente automático», para assegurar o seu processo vital o operário tem apenas que se deixar levar (Arendt 2001:392), agindo em função das máquinas.

Este operário com características de *animal laborans*, mostra afinidades com um posterior funcionário dos aparelhos nomeado por Flusser (1969), que não estando presente n’ *A Condição Humana*, não deixa de ter o contributo de Arendt por via do seu trabalho sobre o julgamento de Eichman em Jerusalém (2006[1963]). Esse funcionário, que já descrevemos acima, labora em função dos aparelhos, tecnológicos ou de outra ordem. Referindo-se à vitória do *animal laborans*, e onde se pode também incluir o funcionário, Arendt alerta para o perigo da decadência da actividade e do pensamento humanos, resultando “na passividade mais mortal e estéril que a história jamais conheceu” (2001[1958]:392). Um perigo que se vai revelando nessa filosofia da política segundo a qual esta se deve preocupar exclusivamente com a “preservação da vida e a salvaguarda dos seus interesses”. Neste plano, toda a acção se centra na satisfação das necessidades básicas da vida.

E o domínio próprio para se tratar das necessidades da vida é a esfera gigantesca (e em contínuo crescimento) da vida económica e social, cuja administração lançou a sua sombra sobre a esfera política logo desde o início da Idade Moderna (Arendt, 2006[1961] :167).

fig.13: Diagrama de estruturas hierarquicas das actividades nas diferentes eras, Vilém Flusser, s.d.



Será por via do agir puro (acção directa entre os seres humanos sem intervenção da matéria), que para esta autora significa liberdade, que a humanidade poderá libertar-se desta outra condição. “Pois actualmente esta conquista da liberdade deve dar-se em luta, não tanto contra a natureza ou contra os outros homens, mas contra o aparelho em sua cretinice infra-humana” (Flusser, 1969 :3). Persiste no final da obra de Arendt uma professa expectativa na capacidade humana de agir, e sobretudo na actividade de pensar como a actividade pura que pode suplantear as restantes no futuro humano (*idem*: 395). É ao pensamento, às ideias puras, que Vilém Flusser recorre quando projecta no futuro uma reconfiguração da hierarquia dos tipos de vida. Nessa reconfiguração há um regresso à estrutura inicial em que a teoria está presente no topo. Porém, na base da pirâmide, o labor é substituído pelos aparelhos que, como já foi aqui indicado, fariam o trabalho que antes cumpria ao *homo laborans* (fig.13). É nesta estrutura hierárquica que o *homo ludens* pode jogar contra os aparelhos usando a informação. E é também nesta estrutura hierárquica que podemos considerar a ontologia contemporânea do design de comunicação, perspectivando as suas características inerentes à condição humana de agir para transformar o mundo, mas agora a partir da criação de realidades usando a informação pura.

Como Flusser argumenta, num tempo de vivência tão abstracta cabe aos designers inventarem novas formas que por sua vez, por serem formas, serão eternas, aí estarão a jogar com os aparelhos ao invés de se limitar a uma acção funcional, esse jogo parece corresponder melhor ao sentido político da acção de Arendt, uma aproximação ao exercício da liberdade. A contradição parece residir no modo como o design, sendo uma disciplina com propósitos e intenções e técnicas e artificios, pode contribuir para uma perspectiva que enfatiza a acção pura, a política. Otl Aicher questiona e coloca o design no plano político e na sua intrincância com o modo de existência humano.

Otl Aicher: uma visão do design como condição humana

Otl Aicher (1922-1991), designer gráfico alemão é mais conhecido pelo seu projecto de comunicação visual e sistema de orientação nos jogos olímpicos de Munique em 1972 (fig.11). O seu trabalho de reflexão sobre o papel do design está ligado à época em que fundou a Escola de Ulm (UFG) em conjunto com Max Bill e Inge Scholl e ao processo de reflexão que ali teve origem. Este último enquadro, pela parte de Aicher, no pensamento político e na necessidade de pensar o design nessa dimensão (no capítulo anterior foi já feita referência mais explícita a este processo), e ainda a forma como está imbricado na condição humana.

O discurso na UFG é mais conhecido pela sua apologia do projecto, ou mesmo pela sua componente fortemente científica no que ao design diz respeito. Como no capítulo anterior pudemos confirmar, existia também uma reflexão sobre o papel do design no mundo e do design como problema que, ainda que resultando numa apologia do *bom design*, com todas as objeções que tal possa suscitar, dificilmente tinha na época um paralelo reconhecido na sua profundidade. As reflexões de Otl Aicher sobre o “Mundo como Design” (1994b:179-89), título de um dos seus textos que aqui discutimos, encaram o mundo como o produto de uma civilização na qual reconhece o esbater de limites entre a natureza e o artificial. “As construções do Homem, o nosso mundo, já não são a natureza integrada no cosmos. (...) Continuamos a filosofar sobre o mundo como «ser» e ignoramos o facto de que ele se tornou um design, um modelo fabricado que inclui mesmo a natureza” (*idem* :182). E continua fazendo referência ao conhecimento desta natureza e a sua progressiva abstracção. Até as leis da natureza “deixaram a natureza”, passando a estar na base da tecnologia, sendo aplicadas desde as

máquinas e métodos de produção, à manufactura de produtos e à determinação do seu uso e consumo.

Demonstrando afinidades com os dois autores anteriores, Aicher inclui na sua reflexão a alteração da estrutura social, do peso e importância das diferentes actividades. Da menorização do fazedor em detrimento do organizador, da transferência da actividade maioritária para os serviços, e da consequente desatenção ao pensar (filosofar) sobre o fazer e o design. Nos seus termos, também Aicher dá conta dessa passagem ao funcionário como um novo *animal laborans*, realçando a mais prosaica distinção da diferença entre trabalho e emprego e da importância destas reconfigurações no design. Na época em que escreve, já o design fez muito do seu percurso enquanto parte do mundo artificial por si contestado, estando ainda prestes a atingir o grau de diferenciação simbólica infinita de produtos que conhecemos hoje. Defende, contudo, o autor que o design, enquanto possibilidade projectual, nos torna autónomos porque escapa à condição de determinação da civilização. O design deixa em aberto a possibilidade de, com o seu contributo, se viver numa cultura propositiva e plural que coloca a autoridade no indivíduo, proporcionando dessa maneira um equilíbrio entre nós, o ambiente e o mundo (*idem* :185). Uma sociedade de funcionários paralisa a subjectividade humana e Aicher tem uma crença profunda no futuro e nas possibilidades do design como espoleta dessa subjectividade.

Afirmado como criação de realidades, o design é diferenciado da ciência, nesta reflexão, enquanto modelo e pronúncia de hipóteses. Proporcionado pelo design, abrir-se-ia o acesso à realidade, ao mundo, pois é apanágio da disciplina perseguir o que é e o que está feito, para o procurar substituir pelo que deveria ser, pelo ideal. Substituir o feito, o que existe, pelo que deveria ser é a expressão também usada por Flusser quando se refere à necessidade humana de transformação

do mundo e do homem naquilo que, supõe o artífice, o homem deveria ser. O design representaria, assim, uma abertura para um possível mundo futuro. Para fundamentar essa abertura, Aicher apoia-se numa certa dialéctica que compõe o design.

Analítico e sintético ao mesmo tempo, específico e geral, um assunto concreto e um de princípio. Cinge-se ao assunto em mãos e às exigências, vai aos factos e abre novos espaços de pensamento. «Conta cabelos» [ervilhas no original] e abre perspectivas. Calcula e abre paisagens de possibilidade (*idem* :189).

A sua convicção abrange também a possibilidade de pelo design as pessoas se tornarem elas mesmas ao invés de se manterem como funcionárias. A questão da liberdade é igualmente importante e serve de corolário a Aicher, que, tal como Flusser e Arendt, distingue o livre arbítrio de tomar decisões do conceito de liberdade. Segundo aquele, é com a liberdade que o design se deve preocupar. Uma liberdade que ocorreria justamente nesse espaço da actividade de pensar de que fala Arendt, que o design ocupa e liga à acção. O ser humano “não se torna livre até que ele próprio concretize a liberdade, até a produzir” (*ibidem*). É exactamente assim que o filósofo da tecnologia norte-americano Carl Mitcham se refere ao design: «That intermediary between thought and action called design» (1995:173). A importância do ponto em que a teoria e a práxis se encontram e as suas possibilidades de saída estão também presentes no comentário de Flusser no curso que leccionou em 1969 sobre a obra de Arendt.

Teoria e práxis são dois aspectos dialécticos do trabalho, não posso conhecer sem trabalhar. Não pode haver monge sem artista, e quem não trabalha só tem conhecimento alienado, falso, ideologia. Todo o conhecimento que não é consequência do trabalho é subjectivo (...). Toda a teoria que resulta da práxis influi na práxis seguinte. Assim não pode haver práxis sem teoria (Flusser 1969a:11)

E Aicher vê assim o papel do design nesta dialéctica:

O design é a criação de um mundo. Existe no ponto em que a teoria e a prática colidem. Mas estas não se anulam. Ambas encontram formas de se desenvolverem (...) O design transcende a teoria e a prática e não só abre uma nova realidade, mas novos entendimentos. (...) No design, o Homem torna-se aquilo que ele é (Aicher 1994b:189).

Não obstante, um mundo dos aparelhos é infinitamente mais complexo. Os desdobramentos destas condições devem ser explorados e questionados. Será o design de facto a disciplina que vem desafiar tais condições? Flusser, na versão mais recente do texto “Sobre a Palavra Design” que enquadra o design como uma actividade do período Pós-histórico, escreve que o termo Pós-história significa um período em que o design readquirirá todas as conotações que perdeu na história, um tempo no qual somos forçados a enfrentar a natureza dentro de nós e sem nós. Nesta versão do texto publicada em 1992, em inglês, pela revista *Artforum*, aparece mais evidente uma ideia, que na versão anteriormente publicada apenas era sugerida: a de que a humanidade estaria a tomar consciência do artifício dos objectos de design tendo em conta a sua tendência de desvalorização. Na interferência e influência do design está marcada a forma como historicamente os homens constituíram a civilização e este, de uma certa forma, contém em si esse processo. Para pensar qual o seu papel hoje (orientação no mundo, desvalorização, relações de valor, consciência dos artifícios ou acção sobre uma natureza totalmente “artificiada”), devemos também regressar ao seu início como artifício. Mesmo nesta última versão do texto, Flusser sublinha o quanto a “cultura é um design contra a nossa condição natural” (1992 :20). Desta vez, porém, a nossa condição natural pode ser, contraditoriamente, baseada num mundo totalmente artificial.

De um design como atitude de transformação do mundo e de procura de uma vivência livre das condicionantes naturais, mas também como forma de existência da humanidade, como condição humana, a um design do fim da distinção

entre natureza e cultura. É esse o percurso ontológico do design que se descreveu nas últimas páginas. Uma actividade característica da civilização contemporânea num mundo dominado por dispositivos electrónicos. No próximo capítulo, fazendo uso desta reflexão, dedica-se a interrogação aos efeitos da estrutura dúplice ontológica do design, arte e técnica. Composição também destacada por Flusser que deixa pistas para pensar a forma como esta síntese, enquanto tal, tem influência específica sobre episódios da história, e de como o seu aperfeiçoamento pode definir visões do mundo por parte dos seres humanos, sobretudo com a entrada dos meios de comunicação electrónicos e em rede. Será analisada a diferença fenomenológica num mundo de imagens, que comunica por superfícies e que o concebe aparentemente mais livre, porque mais estético. Mas de como se de um oxímoro se tratasse, menos autêntico. De como este artifício específico da estrutura do design vai transformando o mundo.

Capítulo 3

A Condição do Design

Do pensamento sobre design que o coloca em diálogo com a condição humana, particularmente o de Vilém Flusser que desenvolvemos no capítulo anterior, resultam diversas possibilidades de desdobramento para as especificidades da ontologia do design. Aprofunda-se nas páginas deste capítulo, um desses desdobramentos. Discute-se a reunião da arte e da técnica, os dois termos de significado semelhante que na idade moderna se afastaram para voltarem a ser agregados pelo design nos seus, agora diferentes, significados e as implicações que de tal resultaram.

Já aqui foi descrita a perspectiva de Flusser sobre o design enquanto palavra com os mesmos significados actuais que os significados na antiguidade das palavras que deram origem aos termos arte e técnica, dos quais destacamos artifício, palavra profusamente discutida no capítulo anterior. As diferenças que entretanto, e ao longo da história, sofreram os significados de arte e técnica viram a ter influência na maneira como o design modela o mundo. A evidente analogia entre os

termos referidos revela pois uma “mesma visão existencial do mundo” (Flusser 1999a:18). Vimos que este é um pressuposto constante ao longo da obra de Flusser, não obstante a concepção contemporânea àqueles relativa, relembra Flusser, ser a da divergência operada a partir da Renascença, a de dois mundos que se excluem, o da arte e o da técnica definitivamente assim fixados no séc. XIX. As implicações desta síntese reflectem-se nas modelações caracterizadas neste capítulo: As que podem ser exercidas pelas dimensões simbólicas e codificadas do design de comunicação, bem como as consequências de um processo de estetização e superficialização que daria lugar ao que Flusser idolatria.

Mundo objectivo, mundo subjectivo. *Hard e soft*

Aplica-se à divisão entre arte e técnica um conceito dicotómico paradigmático da obra deste teórico e da sua visão sobre o mundo cultural, o de *hardware / software*, já anteriormente abordado no seu *Ensaio Sobre a Fotografia* (1998). Se nesta obra se fala da aplicação à especificidade do aparelho fotográfico, em “About the Word Design” (1999a[1993]:17-21) estamos perante uma visão ontológica daquele conceito. Assim, o mundo técnico é o mundo científico, quantificável e, como tal, *hard*, enquanto o mundo artístico, estético, avaliativo se revela *soft*. Sobre o intervalo entre os dois, Flusser atravessa uma ponte, o design, que vem restabelecer o contacto entre os dois mundos. Podemos aqui encontrar a constatação de um entendimento comumente assumido da posição do design no mundo contemporâneo, o ponto onde arte e tecnologia se encontram. O que o design traria de novo ao artifício produzido pelos objectos técnicos seria a possibilidade de produzir planos mais perfeitos permitidos pelo lado *soft* que, pelo envolvimento estético com os indivíduos, proporcionaria uma relação mais afectiva e por isso também mais ilusória.

Para lá das diferentes dimensões da estrutura dual *hardware* / *software* existente em objectos de design que viremos a discutir, em design de comunicação podemos mesmo considerar que o próprio objecto de trabalho, a comunicação, representa mais um lado *soft* nesta articulação complexa. Se ela existe implicitamente em qualquer peça de design, pelo lado simbólico inerente, num objecto de design de comunicação a sua presença é absolutamente explícita. Em princípio ela é a razão do objecto.

Por outro lado, este exemplo da comunicação apenas representa a complexidade dos objectos de design contemporâneos. A dimensão estética trazida pelo lado *soft* do design vem proporcionar uma relação mais confortável com os objectos como se tratasse de lhes atribuir características que fossem sentidas como naturais. Para um exemplo literal lembremo-nos daquilo a que hoje se chamam “interfaces naturais”¹⁷ (fig. 14).

fig.14: *Sixth Sense Interface wearable* gestual desenvolvido por Pranav Mistry e Pattie Maes no *Media Lab* do MIT, 2009



¹⁷ São interfaces de interacção homem-máquina, que podem ser invisíveis ou imateriais quando estão inactivos com os quais se interage utilizando gestos ou linguagem “naturais”. Também se podem chamar interfaces gestuais.

A história da coexistência entre estes dois mundos (*hard* e *soft*) começa justamente aqui na tentativa de “humanizar” os objectos técnicos. Tal como Maldonado refere, um dos pressupostos históricos do design é justamente no momento histórico em que se artificializa a natureza e naturaliza o artifício numa camuflagem do “ente técnico” como ser vivo (1999). A partir desse ponto e em diferentes dimensões a relação simbiótica entre arte e técnica far-se-á sempre sentir.

Em design, a síntese dos mundos *hard* e *soft*, representando, segundo Flusser, o mundo técnico e o mundo artístico, é facilmente verificável do ponto de vista do discurso comum e, se considerarmos a especificidade do design de comunicação, poderemos porventura ainda incluir no mundo *soft* a estrutura simbólica da comunicação. Não obstante esta evidência, ou por via dela, a constatação da coexistência dos dois mundos no design pode ser observada, desde a origem da sua existência, à medição de forças alternando entre um e outro e à forma como ambas as perspectivas têm determinado o curso epistemológico do design. Sempre “numa espécie de *concordia discors*”, como refere Hermínio Martins a propósito das tentativas de junção das belas-artes e das ciências (Martins:2001: 56). Este percurso requer uma observação atenta àquela relação entre o mundo técnico e o artístico para interrogação da sua influência sobre a condição mediadora do design. Pela análise da presença destas dimensões nos quadros histórico e teórico da disciplina, a contribuição do design de comunicação para a relação entre os seres humanos e o mundo poder-se-á evidenciar.

Embora frequentemente sem referir a posição do design, recusando-a por vezes, a relação entre arte e técnica, ou entre manifestações análogas, tem sido estudada e discutida, em diferentes dimensões, por vários autores, entre eles Lewis Mumford, Peter- Paul Verbeek, Walter Benjamin, Tomás Maldonado, Anna Calvera ou Hal Foster. As problemáticas trabalhadas por Flusser, bem como a sua perspectiva crítica sobre a sociedade pós-industrial, ecoam aquelas anteriormente desenvolvidas por Lewis Mumford, na obra *Arte e Técnica* (2001[1952]), onde podemos encontrar referência a grande parte delas. Nesta temática específica, e ao

encontro do ponto de partida de Flusser sobre o design, a abordagem de Mumford à simbiose entre arte e técnica parece-se mais com uma expressão de um desejo do que a constatação da sua existência como no caso de Flusser.

Ambos partem de um regresso à cultura clássica para referir a prévia relação etimológica entre os dois termos. No entanto, para Mumford, a separação havida com a idade moderna mantinha-se ainda, a sua apologia é a da coexistência da arte e da técnica num mesmo objecto como um feliz compromisso, defendendo que

sempre que ambos os objectivos, o estético e o técnico, foram prosseguidos em conjunto, conseguindo-se o feliz resultado de produzir uma relação harmoniosa entre a vida subjectiva e a vida objectiva, entre a espontaneidade e a necessidade, entre a fantasia e o facto. Estes momentos de equilíbrio entre a arte e a técnica, quando o homem respeita as condições da natureza, mas modifica-as para os seus objectivos próprios quando os instrumentos e máquinas regulam a sua vida, permitindo-lhes ultrapassar a desordem da sua subjectividade, mas não o dominando, representam um ponto de grande elevação no desenvolvimento de qualquer civilização (*idem* :49).

Ora, se neste excerto está um resumo daquilo que Flusser virá a constatar no design, a relação entre o mundo objectivo e o mundo subjectivo, só não encontramos a ideia de engano, crucial em Flusser. Ou seja, daquilo que se ganha quando se juntam a arte e a técnica num objecto: a dimensão subjectiva que permitirá atribuir aos objectos características mais dialógicas como defendido por Flusser. No contexto do excerto acima reproduzido, Mumford não deixa de fazer referência à época em que arte e técnica não representavam mundos diferentes falando do “período em que o artesanato dominava” (*idem*: 48). Ainda que este período seja o correspondente à época anterior à Renascença, podemos encontrar aqui reminiscências do Movimento *Arts and Crafts* quando, 65 anos antes, o próprio William Morris se refere a si mesmo como artesão (2003 [1878]: 23-54). Quanto ao design, Mumford atribui-lhe um papel à parte deixando a impressão de o ver como uma subjugação dos artistas à imposição do mundo técnico, puramente fixado

numa eficiência maquinal e remetendo-o exclusivamente para o papel de criador de escravos do estilo, um promotor artificial de vendas (Mumford, 2001[1952]:70,72). Flusser, como já foi possível constatar, coloca o design no centro da questão embora não negando que também desempenhe o papel atribuído por Mumford. Como se verificará mais à frente, na discussão sobre valor decorrente desta articulação entre arte e técnica, confere-lhe um significado consideravelmente mais abrangente no estabelecimento da sociedade pós-industrial.

É justamente quando o modo artesanal de fabrico começa a ser posto em questão que surgem os primeiros exercícios daquilo que se veio a denominar design. Nessas práticas, na observação da sua estrutura processual, poderemos encontrar uma antevisão da forma como o design vem *in-formar* a relação entre a humanidade e entre a humanidade e o mundo nos termos em que Flusser virá a explicar no texto que temos vindo a tratar neste capítulo (1999a:17-21). A origem da profissão de designer coincide com uma época (séc. XVII) em que se começa a pensar a máquina como capaz “de garantir aos homens a felicidade na Terra e, às vezes também fora da Terra” (Maldonado 1999:21). Como lembra Maldonado, começa a existir uma cultura instrumental e, associadas a esta, as visões utópicas da ciência e da técnica. Visões que se traduzem na crença profunda de que a técnica solucionará todos os problemas e impedimentos com que o homem se depara.

Já escrevemos no capítulo inicial sobre alguns dos debates que se centraram na discussão do peso da arte ou da técnica em determinados momentos da história da disciplina. Regressaremos ainda por breves páginas ao início da história do design e a obras já referidas, desta feita para explorar mais precisamente a circunstância ontológica da reunião entre o mundo técnico e o da arte. Como se sabe é neste século XVII que pela primeira vez a palavra designer aparece no *Oxford English Dictionary*, tendo sido usada de forma intermitente até ao início do séc. XIX. A palavra começa a ganhar verdadeira força no século em que as utopias se tornam de facto dominantes nas concepções da sociedade. A profissão começa a destacar-se também graças à ideologia da divisão do trabalho. Assim, os primeiros

designers surgem de dentro da indústria na figura de trabalhadores anónimos. Originalmente operários promovidos a cargos com funções de concepção. O termo designer aparece inicialmente ligado à indústria têxtil e à criação de padrões para tecidos, primeiro em Inglaterra e depois espalhando-se a outros países europeus e a outras actividades ligadas à indústria (Denis, 1999:18). Com a divisão do trabalho a função do designer começa, também, a destacar-se da função da execução e o designer começa a ser entendido como alguém que concebe planos para que outros os executem.

Em *Objects of Desire* (1992:29-41), Adrian Forty relata um dos episódios do estabelecimento das Cerâmicas *Wedgwood* como indústria entre o séc. XVII e XVIII que ilustra de uma forma elucidativa as dimensões atribuídas ao design por Flusser e que hoje reconhecemos como estando presentes na própria definição de design. Josiah Wedgwood, homem de visão comercial na potência industrial em que o Reino Unido se tornava, tendo imposto na sua fábrica a divisão do trabalho a fim de obter maior sucesso comercial, cedo entendeu, como outros, que seria necessário alguém que concebesse planos para que os restantes operários os executassem. Não sendo o único, Forty considera que seria, contudo, Wedgwood que se confirmou como aquele que maior valor atribuía ao trabalho daquele que viria a ser o designer. Forty descreve a sequência de inovação de processos que tornaria necessária a função de designer no processo de produção.

A forma de venda das peças de cerâmica *Wedgwood* pressupõe que a reprodução dessas mesmas peças fosse exactamente uniforme e igual ao original (neste caso o produto exposto). Josiah Wedgwood, pouco depois de iniciar a sua produção própria, adoptara como método de venda a exposição das peças em loja, sem existência de estoque. Desta forma os clientes encomendariam as peças a partir daquelas que estavam em exposição, a serem então produzidas na fábrica e posteriormente entregues. Nesta época, ca. 1760, quer os materiais usados, quer as téc-

nicas de fabrico, quer os métodos de produção, não eram consentâneos com os requisitos de fac-similitude que aquele processo de venda exigia, a reprodução era ainda pouco tecnológica.

Embora Josiah Wedgwood tenha desenvolvido investigação que lhe permitiu encontrar materiais e técnicas de fabrico adequadas, a forma de divisão do trabalho, já praticada pelo menos desde os anos de 1730, não era totalmente favorável à exactidão requerida. Para Wedgwood, o problema estava nos trabalhadores que, ainda que não controlando todo o processo, podiam introduzir variações que alterassem o resultado final. Wedgwood, citado por Forty (*idem* :33), chega a afirmar, anos antes, que se preparava para fazer dos homens máquinas eliminando a possibilidade da existência de margem para erro. A sua solução seria uma divisão de tarefas mais cirúrgica acrescida de uma tentativa de ensinar os trabalhadores a produzir de acordo com os requisitos necessários, o que pressupunha a existência de instruções para a boa execução de uma peça. Planos para atingir a peça perfeita, modelos de cuja qualidade dependia em grau elevado a perfeição do resultado final, estes modeladores, inicialmente com origem no grupo de trabalhadores, mostrariam, segundo Wedgwood, alguma resistência a novas ideias e processos, bem como à perfeição de acabamento.

fig.15: Cerâmicas wedgwood, *Queen's Ware with green water leaf pattern*, c. 1790



Por um lado, a introdução do estilo artístico da época, o Neoclássico, viria contribuir para revelar as limitações dos modeladores. Por outro lado, o estilo Neoclássico facilitaria o sistema de produção que se tentava impor, continha menos elementos decorativos e os seus desenhos eram menos intrincados que os do Barroco (fig. 15).

O recurso a artistas independentes afigura-se a Wedgwood como possibilidade para ultrapassar os obstáculos ao seu plano de produção. A formação intelectual dos artistas, sobretudo escultores, facilitava a percepção da necessidade de planos de produção e da demanda da sua exactidão, e a Wedgwood também não era despreciando o facto de o conhecimento dos artistas sobre o estilo Neoclássico e a sua capacidade de criação de novos motivos serem também um importante factor de vendas. O problema de empregar artistas, segundo Wedgwood, estaria relacionado com a sua aversão à rotina e disciplina do trabalho de uma fábrica, a sua independência falava mais alto, pelo que Wedgwood optou por contratar os artistas em regime *freelance*. John Flaxman, um dos mais conhecidos artistas a trabalhar como modelador para Wedgwood, residia em Londres, enquanto as Cerâmicas Wedgwood se situavam em Staffordshire, desta forma incluindo a vantagem de estar no centro dos acontecimentos e evolução dos estilos.

Esta, necessariamente breve e superficial, descrição da implementação da profissão de designer tem como único propósito verificar como o design surge como uma (re)união moderna dos campos da arte e da técnica, originando no seio de ambos e ilustrando o significado de design apontado por Flusser como contemporâneo. Temos precocemente presente a dimensão que o design viria ainda a ocupar. Forty chama a atenção para o facto de que, nos aspectos fundamentais, a natureza do trabalho feito por designers estava, nalguns casos, estabelecida mais de um século antes da implementação definitiva do termo. É certo que a figura do designer ou papel que este desempenhava, não se confinava, por um lado, às cerâmicas Wedgwood, e por outro lado, nem esta nem o seu nome ficaram instituídos

de imediato e devemos de facto o seu pleno e abrangente uso ao início do séc. XX.

Termo que podemos sem hesitações associar aos anos 1920 é o de design gráfico. E a justificação para a sua aplicação deve-se, de acordo como o proponente do termo, à evidência da junção de uma profissão técnica a uma artística. O design gráfico e a tipografia representam o início da história do design de comunicação enquanto actividade profissional, se os entendermos como integrantes do design de comunicação. O processo inicial de construção destas actividades revela o conjunto de princípios sobre os quais viria assentar a actividade de design de comunicação. O design associado aos processos de comunicação transporta, assim, uma dupla condição, a de existir sempre assente em aparelhos, ou objectos técnicos, e a de ser veículo de comunicação, de divulgação, com a característica de usar o lado artístico e por isso mais envolvente.

O início da história oficial do design gráfico enquanto actividade profissional é suficientemente representativo desta dupla condição. A expressão design gráfico introduzida por W. A. Dwiggins em 1922, no seu artigo intitulado *New Kind of Printing Calls for New Design* (1999[1922] :14-18), era a sua proposta para a necessidade de uma nova concepção do trabalho de design. Defendia que esta nova concepção deveria ser entendida a partir das “novas tecnologias” de impressão da altura e do papel, que ele considerava ser, o dos designers. Dwiggins refere-se, no texto, aos artistas que produzem objectos para impressão, definindo estes objectos como se destinando à venda de alguma coisa ou à preparação para a venda de alguma coisa, por outras palavras, à publicidade.

É deste pressuposto que Dwiggins parte para fazer aos seus colegas um apelo à síntese entre o trabalho artístico, as preocupações estéticas e pessoais de cada um e a adopção dos códigos de conduta dos tipógrafos há muito seguidos. Os tipógrafos zelam pela legibilidade e clareza da sua obra e assim Dwiggins sugere que as preocupações dos artistas gráficos sejam mais concentradas na clareza,

na apresentação da mensagem, na capacidade de análise, no cuidado com a excessiva ornamentação e no respeito pelo espaço branco como integrante do processo de comunicação.

Neste processo encontramos duas actividades: A da tipografia, mais racional e a da pintura, de onde originavam grande parte dos artistas gráficos, mais emocional. Se a constituição do design gráfico como disciplina passou pela necessidade de preocupação dos artistas com a legibilidade, o inverso não é menos verdadeiro. Foi também necessário que a tipografia incorporasse qualidades artísticas transitando do plano instrumental para se passar a assumir como expressão de significado. Jorge dos Reis chamou a este movimento “o descolar da letra” (2012).

O momento em que o desenho da letra descola da escrita é feito no interior do próprio texto, quando o autor escreve e concretiza a sua mensagem ao mesmo tempo que concebe, uma forma, um objecto. O texto é agora uma entidade visual com integridade própria e valor gráfico. Com uma racionalidade própria, o significante permite aceder ao significado, sendo o seu carácter formal indissociável desse significado. Gera-se então um triângulo de três elementos em permanente tensão: significado, significante e a forma como o significante age visualmente sobre o significado (*idem*:21)

No tempo histórico em que se acentuava e ia fixando a mútua exclusão dos campos *hard e soft*, o design, enquanto actividade, era criado na necessidade industrial e iniciava a sua ocupação do espaço de exclusão entre o mundo objectivo da produção industrial e o mundo subjectivo e estético do diálogo humano. Se a noção de que assim era não existia nessa época, hoje é possível fazer tal leitura e verificar nos exemplos acima citados traços indicadores das dimensões do significado contemporâneo da palavra design a que Flusser se refere. O traço mais definido confirma o design como ponto de encontro entre arte e tecnologia; do ponto de vista operativo, o design afasta-se claramente da concepção que Mumford evidencia a propósito deste ponto de encontro, mas como Flusser lembra, o design

vem ocupar o espaço que deixou de ser ocupado pelo que antes se considerava artesanato. Quer no exemplo de Wedgwood, quer na proposta de Dwiggin, ou no momento que Reis caracteriza, encontramos as evidências desta ocupação. Em Wedgwood, a busca específica de um artista para criar, mas também para produzir planos técnicos, e em Dwiggin a constatação de que existe uma actividade que está entre a actividade artística e a técnica e como tal deverá assumir essa posição. Bem claros, na descrição de Forty sobre Wedgwood, são igualmente os traços que indicam o designer como criador de planos para peças ilusórias pela sua perfeição e de uma ideia de valor pelo seu papel como potenciador de vendas.

Estetização e falácia da dicotomia arte/técnica

A oposição simbiótica, arte/técnica de que é feito o design tem, como é conhecido e já foi abordado neste trabalho, produzido ao longo da sua história diversas dicotomias, das quais a mais representativa será ornamento/funcionalidade ou, também, estética/funcionalidade ou mesmo formal/conceptual. Esta discussão podemos encontrá-la já nas reformas patrocinadas pelo governo britânico conducentes à Grande Exposição de 1851 em Londres, e mantém-se constante emergindo periodicamente de forma mais conspícua, pendendo intermitentemente para um ou outro prato da balança do design. Períodos mais significativos vão desde as propostas do movimento *Arts and Crafts*, passando pela Arte Nova, pelas discussões internas na *Deutscher Werkbund* e organizações associadas, durante todo o modernismo, às reacções ao *Styling*, ao Estilo Internacional e a grande reacção a este último do Pós-modernismo, à chegada da lógica desconstrutivista ao design dos anos 90.

Podemos recordar aqui a perspectiva discutida no primeiro capítulo para reafirmar que estas oscilações entre o lado mais *soft* e o lado mais *hard* não decorrem de uma vontade súbita do designer. Nelas estão implícitas ideologias políticas

e sociais, quer do contexto histórico, quer especificamente dos designers. Podemos pensar por exemplo na simpatia socialista das figuras da Bauhaus e no peso dos artistas russos no corpo docente da escola. Da mesma forma as condições económicas de cada época reflectem-se em cada tendência. Por exemplo, no surgimento do muito criticado *Styling* enquanto fuga à crise de 1929, que contribuiria para um aumento do consumo introduzindo a obsolescência, em oposição à anterior apologia fordista de produção de poucos modelos automóveis de longa duração, como nos é dado ler em Maldonado (1999:43-49). No entanto, a oscilação referida vai reduzindo a sua amplitude à medida que o design ganha presença no discurso comum, porventura à medida que ocorre uma maior atenção à estetização dos objectos em proporção directa com a sua progressiva efemerização.

De facto este processo de estetização tem despertado a atenção de diversos pensadores que aí vêem indicações de uma vivência humana ela própria estetizada. Peter Paul Verbeek (2005:210) entende por estetização dos objectos de design, uma ênfase sucessiva nas propriedades visuais dos artefactos, sendo que dessa visualidade decorre a representação de estilos de vida como um objectivo primordial, descurando a qualidade do objecto além da sua superfície. Sugerindo uma “redefinição da estética” no design, Verbeek apoia-se, para tal, em Gianfranco Zaccai (1995:3-12) e em Albert Borgmann (1995:13-22). Em ambos Verbeek identifica a mesma preocupação, quer no diagnóstico sobre as propriedades visuais no design, quer na tentativa de rever a noção de estética em design.

Encontrando uma visão redutora na estética associada exclusivamente ao sentido da visão, o autor propõe, tal como Zaccai, um regresso ao significado da etimologia grega da palavra, “percepção sensorial” (Verbeek 2005:211), para associar todos os sentidos à referência estética do design, procurando uma envolvência mais profunda dos objectos de design na sua relação com os indivíduos. A estética baseada exclusivamente nas qualidades visuais favorece, para Verbeek, a visão de um objecto de design como uma peça de arte, abafando, dessa forma, a importância do seu propósito de uso. Uma preocupação com os restantes sentidos na

concepção de um objecto de design, dando ênfase “ao reino sensual e não apenas ao reino do bonito”, tornaria possível uma “presença explícita da noção de mediação no processo de design” (*ibidem.*).

A insatisfação de Zaccai com a qualidade dos objectos de design encontra igualmente justificação numa superficialidade estética reinante que associa ao processo generalizado de desenvolvimento de produtos, bem como ao papel do designer nesse mesmo processo (Zaccai 1995:3-12). Ao sustentar o regresso ao significado original da palavra estética, o autor define a estética de um objecto de design como a coerência de todos os aspectos funcionais em confluência com o respeito pelos valores éticos e sociais e com o estímulo sensorial. Este último, o estímulo sensorial, é considerado essencial por Zaccai. Para ele o objectivo é o conforto e a envolvimento pelo objecto aproximando o seu uso de acções naturais. Como exemplos são referidos a eliminação do ruído de um projector de imagens (slides), a relação térmica com materiais arquitectónicos para uma aproximação a condições térmicas existentes na natureza, ou seja, formas de redução de impacto material dos objectos.

Borgmann, porém, ao apelar a uma outra atenção à estética, igualmente a uma estética que se oponha à superficialidade e, como tal, aprofunde a relação com os objectos de design, fá-lo do ponto de vista de uma necessidade de consciência do mundo material (1995:13-22). Borgmann defende uma estética multisensorial com o propósito de tornar os objectos de design presentes e verdadeiros no uso, ao invés de os tornar de tal forma adaptáveis que a sua materialidade técnica não assuma mais que um aspecto diáfano. Para o autor, a consciência da materialidade e da mediação dos objectos é essencial na relação humana com o mundo. Ao desenvolver o seu pensamento afirma, “no caso de um tacho, contudo, não só as cores importam, mas ainda mais a sua forma, peso, condutividade de calor, superfície, textura e até o som que faz quando se mexe com a colher ou é pousado”, mesmo quando é fabricado com a tecnologia mais sofisticada (*idem* :19).

Estes três autores concordam que a aparência estética dos artefactos, a insistência na cultura das suas propriedades visuais, enfatiza uma visão superficial do mundo. Daí que registem a necessidade de tomar a estética como apelo ao conjunto dos sentidos. Porém, se Verbeek e Borgmann se referem à consequência desta revisão da integração da estética em design como uma maior consciência da materialidade destes objectos, Zaccai parece propor, pela envolvência sensorial, uma anulação dessa consciência da materialidade dos artefactos. Borgmann, pelo contrário, defende a profundidade em design e uma envolvência com o próprio objecto, e não através dele, como uma forma de estabelecer uma relação de verdade e autenticidade com o mundo concebido, como uma afirmação de valores.

Uma relação directa entre a constatação de uma atenção à linguagem visual e a ideia de superfície, como se argumenta acima, conjectura para estes autores (não obstante as diferenças entre eles), um alheamento da integralidade do mundo por contraponto a uma vivência, inevitavelmente parcial, no plano da aparência. Este conceito não é estranho a Flusser, coincide com a sua perspectiva sobre um mundo mediado por superfícies (imagens técnicas) que estruturam as nossas mundividência e mundivivência. É certo que o discurso de Flusser sobre superfícies é dedicado à comunicação e ao que considera ser uma visão provocada pela hegemonia da comunicação assente em imagens técnicas (Flusser 2002c[1973]: 21-34). A Estas superfícies e imagens técnicas dedicaremos algumas páginas em capítulo posterior. Todavia convém, neste ponto, lembrar que para Flusser a comunicação e os artefactos não são áreas que se excluem mutuamente mas sim, ambos, processos artificiais de relação humana com o mundo e, como tal, passíveis de interligação. É ideia dos autores referidos nestas últimas linhas que a atenção à visualidade é uma atenção exclusiva à linguagem, a uma superfície de comunicação nos objectos.

Design do mundo codificado

Tal como sobre o design de objectos, também sobre o design de comunicação se poderá argumentar da sua progressiva atenção à linguagem predominantemente visual, à sua “superficialização”. Neste caso existirá a possibilidade de uma analogia directa com o conceito de superfície associado à comunicação enunciado por Flusser.

As primeiras superfícies referem-se às imagens tradicionais, são as paredes das cavernas e são igualmente referidas como antepassados das paredes das casas actuais, consideradas por Flusser num dos textos publicados na compilação *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, “Bare Walls” como “formas tardias e decadentes das paredes das cavernas” (1999c[1993]: 78). As paredes de pedra são consideradas o que nos protege do mundo exterior, mas que ao mesmo tempo nos separa do mundo e o oculta, por consequência separam-nos também dos outros. No texto do mesmo livro “With as Many Holes as a Swiss Cheese” (Flusser 1999d[1993]: 81-84) são também as paredes de pedra que são abordadas desta forma. Exactamente por serem descendentes das paredes das cavernas é indicado como ponto de partida no texto “Bare Walls” o facto de serem tidas como dados adquiridos para os que vivem dentro delas e existindo a tendência para serem vistas como naturais, como parte da natureza. Por essa razão no interior da casa a tendência será exercer actos culturais sobre as paredes, isto é, cobrir as paredes.

O preenchimento das paredes é visto no texto como o testemunho do poder sobre a natureza, do poder do design feito pelo homem. A ironia, no texto, ou como é referida, a tragicomédia, é que ao cobrir as paredes, para tirar maior partido delas se escondem também as suas fragilidades, as suas rachas ocultando o perigo da casa ruir. Esta actuação é de facto vista como uma tragicomédia, propondo o autor que se observe de fora e se note como o design, a cultura, impostos sobre as paredes para as forrar se parecem realmente com uma ficção, porque no fim a ruína das paredes será inevitável. “De um ponto de vista puramente estético

as paredes são as fronteiras de um palco no qual a tragédia da luta humana pela beleza é representada” (*idem*: 80).

As fronteiras que são as paredes têm passagens para o mundo exterior, buracos, que são as janelas e as portas. Pelas janelas quem está dentro tem a possibilidade de ver o que está fora sem, nota Flusser, precisar de se molhar no exterior. No texto esta possibilidade é relacionada com a *theoria* dos gregos – a percepção sem perigo, sem experiência. Pelas portas quem está no interior protegido pode sair para o mundo exterior, para experienciar, “sai-se para experienciar o mundo e lá perdemos-nos, e volta-se para casa para nos voltarmos a encontrar” (*idem*:82). As portas e as janelas já deixaram de ser, à data da escrita do texto “With as Many Holes as a Swiss Cheese” nos anos 80 do século passado, os únicos buracos nas paredes para relacionamento com o mundo a partir das casas. Terão deixado de ser suficientes para “o vento da comunicação” que sopra pelos buracos da antena de televisão, do fio do telefone, hoje poderíamos incluir aqui o da internet. A televisão faz as vezes da janela e a garagem com o carro faz as vezes da porta, sai-se de casa e entra-se para dentro das paredes do carro e assim se sai para o mundo.

Os actos de oposição à natureza e às paredes, esses actos culturais de cobrir as paredes, carregam também uma tentativa de relacionamento com o mundo nessas outras superfícies que são usadas, as imagens, em que Flusser inclui as tapeçarias no texto “Carpets” (1999e: 95). As tapeçarias são vistas como superfícies vindas dos desertos da Ásia, da cultura das tendas em que tinham outra função que não a de servir para cobrir outras paredes. Uma vez transportadas para as paredes do ocidente, passam a constituir mais uma representação da relação com o mundo exterior incluída no pensamento de Flusser. Nestas superfícies uma camada esconde a sua estrutura base e a sua beleza encontra-se nessa capacidade de ocultar. Mas as tapeçarias são tidas neste texto como uma aparência pela forma como depois de acabadas escondem o seu suporte. Para fazer uma tapeçaria recorre-se a um design previamente planificado, a planificação é seguida durante a concepção do tapete e descartada uma vez concluído o trabalho. A beleza dos nós dados ao

executar o tapete é tanto maior quanto mais estes esconderem a forma como foram feitos. Sendo feitas sobre um tecido, uma tela, as tapeçarias negam essa tessitura. Sendo o tecido transparente porque revela a sua teia, o cruzamento dos fios, as tapeçarias são aqui vistas como uma sobreposição intencional da aparência sobre a transparência, e a sua beleza é essa, a da ocultação do trabalho feito.

A imagem tradicional, como primeiro grau de abstracção na comunicação do mundo, permite uma reconstituição desse mundo ali representado. Mas distanciando o homem do mundo, este passa a agir em função da realidade que ali é abstraída. Passando a viver de forma acrítica e, por isso, “mágica”. A este processo Flusser chama “idolatria”. A comunicação escrita surge assim, posteriormente, como forma de explicar as imagens, abstraindo-as por sua vez e nesse processo promovendo um pensamento linear e histórico cujo fulcro constitui um “metacódigo da imagem” (*idem*: 30). Da mesma forma, a textolatria será tão verificável quanto a “idolatria”, a vivência em função do texto que descreve a imagem que representa o mundo. Num terceiro grau, aparece a imagem técnica que, tal como os aparelhos, estará mais presente na discussão que se segue. Na imagem técnica temos uma nova abstracção a partir dos textos científicos que constituem os aparelhos que a produzem. Mais ainda do que a imagem tradicional, por ser aparentemente mais próxima do real, parecem representações directas do mundo fazendo com que o “observador as olhe como se fossem janelas e não imagens” (Flusser 2002d[1973]: 34). O grau de complexidade técnica é consideravelmente maior, sendo a possibilidade de entender o que se passa dentro do aparelho consideravelmente menor.

A descodificação destas superfícies simbólicas que é feita pelo observador passa a ser resultado do encontro entre o que o aparelho permite fazer, a intencionalidade do emissor e a do receptor. Esta é uma forma talvez elementar de colocar esta questão, uma vez que mais estratos codificadores das imagens se poderiam encontrar, mas parece suficiente para a enunciar e introduzir aqui a importância

das superfícies, como já foi referido, no pensamento de Flusser sobre a comunicação.

As superfícies são elementos paradigmáticos do discurso de Flusser sobre comunicação. Por serem características intrínsecas às imagens, qualquer uma precisa de uma superfície para existir e a superfície caracteriza a forma como são lidas estas imagens, por oposição à leitura linear dos textos. É a superfície que permite que o olhar circule fazendo do tempo da imagem um tempo circular, o observador pode voltar a olhar para a componente da imagem para a qual tinha anteriormente olhado, demorar-se aí e dar mais importância a um elemento pictórico que a outro. É com este tempo circular que a imagem é decifrada por quem observa. Mas a imagem tem uma estrutura definida por quem a criou, o seu design é intencional (consciente ou inconscientemente) por isso a decodificação feita pelo observador é, como refere o autor, a “síntese entre a intencionalidade do emissor e a do receptor”. As imagens são tidas como visões e mediações do mundo, mas, arrisca-se, as próprias superfícies não representam menor grau de mediação (Flusser 1998[1985]:33-38).

A perfeição técnica das imagens, tornando-as mais ricas, substituindo o mundo real e, até, substituindo-se ao mundo real, à experiência do mundo que se pretende comunicar. A experiência deixa de o ser, bem como o facto de não ser necessária uma aprendizagem consciente dos códigos que compõem as imagens para que seja possível lê-las, contribuem para a alienação a que se refere Flusser (*idem*: 29).

Poder-se-á argumentar que esta é uma relação forçada pelo facto de o design de comunicação não ser exclusivamente composto por imagens e, como tal, não se poder estabelecer uma plena analogia entre a forma como Flusser vê a mediação pelas imagens técnicas e aquela exercida pelo design de comunicação. Os objectos de design de comunicação utilizam, de facto, na sua essência, texto e imagem, porém, Flusser, quando se refere a uma cultura de domínio pelas imagens sintetizadas, não exclui a coexistência com a perspectiva linear e histórica da escrita nem

com as imagens elaboradas com recurso às ferramentas manuais (2002e[1990]: 116). A presença de texto poderá, por um lado, fazer pressupor que no design de comunicação convive ainda o pensamento linear a que se refere Flusser, por outro lado, quer o texto, quer a imagem, são hoje maioritariamente construídos nos meios digitais contendo em si, por isso, a possibilidade dos mundos alternativos de Flusser, a verdadeira vivência estética. Surgindo como mediação da experiência humana, a comunicação altera, de acordo com Flusser, a visão do mundo pelo homem em função do objecto de comunicação.

Partindo de uma perspectiva endógena, este problema tem igualmente sido trazido à colação por autores oriundos do campo do design de comunicação. Tal trás-nos de volta o pensamento de Otl Aicher. Defensor de um modernismo, mas crítico do Modernismo para quem este teria fugido para a atenção a um pensamento abstracto, Aicher expôs as suas ideias nos curtos ensaios críticos que já tivemos oportunidade de referir. Particularmente em dois volumes mais conhecidos, *Analogous and Digital* (1994c) e *The World as Design* (1994b). Incluído no primeiro “The Eye, Visual Thinking” (1994d), desenvolve uma apologia da imagem, do pensamento visual, considerando-a como mais autêntica em relação à retórica do texto. Neste aspecto, este autor está longe de Flusser, porque considera o exercício da visão directa e não a mediação das imagens técnicas. Mas Aicher reconhece que a imagem tomou um lugar predominante e que “chegámos a um ponto em que contamos com a imagem para a nossa avaliação do mundo” (*idem*: 35). Para o designer opõe-se a ideia de pensamento visual e subjectivo ao pensamento por cálculo (textual) excessivamente normativo. Distinta do pensamento visual parece ser a constatação de uma vivência estética que relaciona com a aparência de uma vivência livre, “o reino da liberdade tem sido progressivamente reduzido ao reino da estética” porque o facto estético (aparente) é tido como um facto verdadeiro (1994e: 36).

Daqui parte a sua crítica ao mundo do design de comunicação. A forma como símbolo que se afasta irremediavelmente da coisa representada, quebrando a

analogia entre as duas, é uma abstracção pura e estética. A identidade de uma empresa é o seu exemplo, tida, na maior parte dos casos, como um design de superfície reflectindo um mundo de superfície (Aicher, 1994f: 150-166). Um dos princípios do design de programas de identidade corporativa advoga uma visão ilustrativa destas afirmações, postulando que a identidade deve ser reflexo do que a organização pretende ser, atingir, e não, exclusivamente, reflexo do que é (Olins 1995).

A mesma reacção a um modernismo deturpado, daria lugar à pluralidade formalmente exuberante do pós-modernismo. Esta repercute-se, em finais dos anos 1980 e nos anos 1990, numa corrente que fará trazer o texto à superfície - de acordo com a metáfora de Flusser - rejeitando o seu carácter linear.

Robin Kinross, reconhecido editor, tipógrafo e crítico de design inglês, refere-se a esta época como as “guerras da legibilidade”, no seu livro *Modern Typography* (2004[1992]: 172-73), que tiveram o seu início nos Estados Unidos, mais especificamente a partir da escola *Cranbrook Academy* (fig. 16). As “guerras” tiveram como inspiração os pensadores pós-estruturalistas franceses e assumiram, assim, uma retaguarda teórica como suporte legitimador das suas escolhas formais. Não obstante, as recentes possibilidades de manipulação digital teriam igualmente um peso determinante na exploração desta linguagem no uso da tipografia. Kinross caracteriza esta perspectiva, que pensaria o mundo como discurso, prezando a diferença e pluralidade e transformando o trabalho tipográfico numa questão de expressão pessoal dos designers em que a ideia “texto como imagem” se impõe.

Como Kinross recorda, a revista *Emigre* assume a defesa da expressão tipográfica encetando a discussão da contestação do clássico princípio, raramente posto em causa, de que a composição de um texto deve ser um veículo transparente para o seu significado. A *Emigre* (fig.17), revista que Rudy Vanderlans, um dos seus editores, afirma ser publicada por “pessoas visualmente orientadas” (1994: 59) faz uma contraproposta àquele princípio em 1990, no seu número 15:

O que define a legibilidade é a familiaridade com os tipos de letra e todos os tipos são legíveis independentemente do seu desenho. Jeffrey Keedy, o designer de tipos publicado pela *Emigre*, afirma igualmente na mesma edição que um designer não tem a possibilidade de ser pós-moderno se só tiver disponíveis tipos de letra modernos que impedem a comunicação diferenciada de ideias específicas (*idem*: 64).

É aliás no plano da transmissão visual de ideias diferenciadas que, em *Deconstruction and Graphic Design*, Ellen Lupton encontra uma das linhas distintivas desta desconstrução: “Um estudo da tipografia e da escrita, informado pela desconstrução examinaria estruturas que dramatizam a intrusão da forma visual no conteúdo verbal, a invasão das ‘ideias’ por marcas gráficas, espaços e diferenças” (1999:17).

fig.16 Katherine McCoy Cartaz para o programa de graduação em Design da Cranbrook academy, 1989

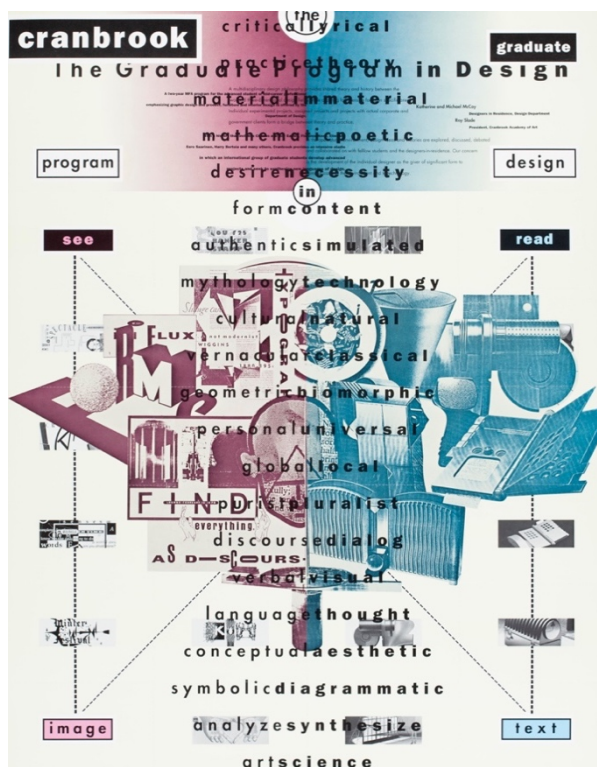


Fig.17: Página dupla do nº 13 da revista *Emigre*, Rudy Vanderlans, 1989

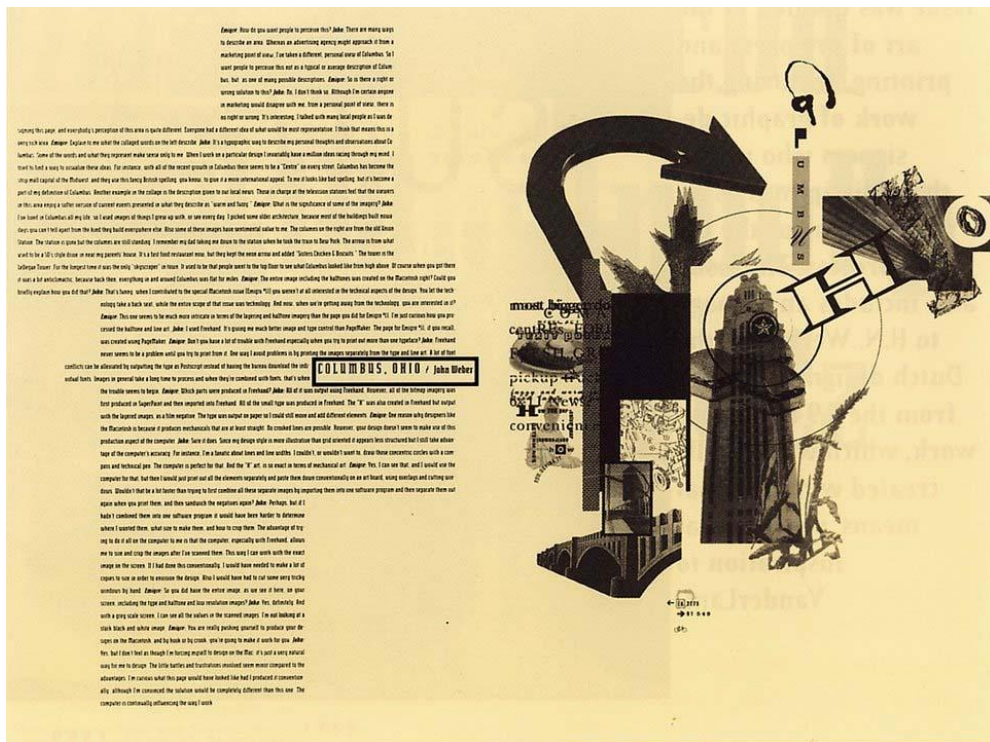
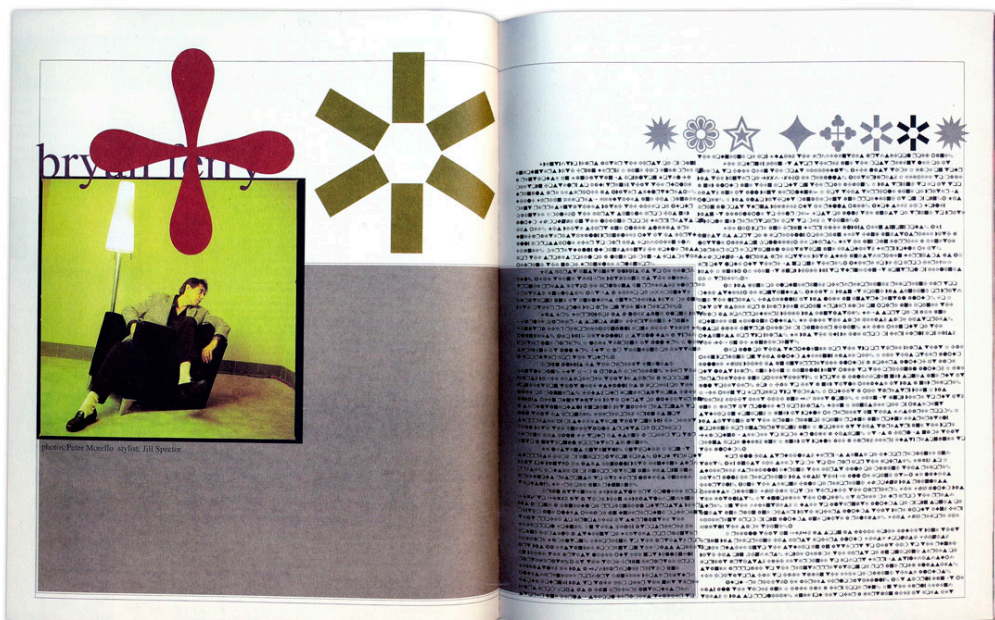


fig.18: Entrevista a Brian Ferry, David Carson para a revista *Ray Gun*, 1994



Esta visão desconstrutivista do design gráfico não se ficou pela mera discussão e demonstração em publicações da especialidade. Antes teve repercussões nos projectos comerciais que fizeram escola e se transformaram em opções correntes nos projectos de design de comunicação. Especialmente permeáveis à expressão tipográfica seriam as revistas de surf *The Beach Culture* e de música *Ray Gun* que graças ao designer David Carson se tornaram referência desta cultura do design. David Carson não é, como ele próprio afirma (1995), um dos defensores da teoria desconstrutivista no design de comunicação, no entanto o seu trabalho reflecte claramente esta atitude e explora igualmente os limites da legibilidade com o pressuposto de que “só porque algo é legível não quer dizer que comunique” (*idem*). O apelo visual e emocional é tido como mais importante. Um dos exemplos porventura mais paradigmáticos desta atitude é a composição de uma entrevista ao músico Bryan Ferry para a revista *Ray Gun* em 1994 (fig. 18), na qual todo o texto foi composto em caracteres *Zapf Dingbat*¹⁸ e o texto da entrevista composto em alfabeto foi remetido para as últimas páginas da revista.

Os anos do desconstrutivismo no design de comunicação não são os primeiros em que se assiste à manipulação do texto ou da tipografia pela via da expressão visual. Existem experiências que datam do fim do séc. XIX e ao longo do século XX, quer no design, quer pelo uso artístico da tipografia e do desenho de letra (Reis, 2012) que o atestam. Nos anos 1970, na Europa, de alguma forma exploram a distorção e fragmentação visual das letras, servindo de despoletador do que se seguiria, é o caso de Wolfgang Weingart (fig. 19), designer alemão com treino como tipógrafo subverte uma prática até aí claramente formatada pelo estilo suíço internacional. Porém, a desconstrução visual disseminar-se-ia e, passados aproximadamente vinte anos, mantém-se como uma opção estilística recorrente, ainda que provavelmente tenha deixado de ser ideológica. O designer avoca o seu

¹⁸ Tipo de letra que substitui os caracteres alfabéticos por signos abstractos

papel mediador, sobrepondo-se à experiência constante no texto, criando a experiência da forma independentemente da experiência do mundo.

O apelo à expressividade, representado pela chamada de atenção à forma visual, à abstracção do texto, do exemplo e da corrente acima discutidos, remete-nos de volta à referência ao clássico confronto, no design, entre ornamento (neste caso substituído pela expressividade) e funcionalismo. Aparentemente, a associação deste exemplo a uma maior atenção à forma poderá pressupor uma crítica da perspectiva racional ao uso do ornamento. Porém, serve-nos sim para ilustrar a ideia de superfície de Flusser.

fig. 19 Cartaz para a exposição *Kunst Kredit*, Wolfgang Weingart, 1979



Não obstante, tendo em consideração que a discussão ornamento/funcionalidade é igualmente associada à dicotomia arte/técnica, para Flusser central na concepção contemporânea de design, será útil clarificar o seu contributo para o papel do design na sociedade actual. Como vimos, Flusser só se refere àqueles dois termos como dicotómicos no período posterior à Renascença e a um pensamento comum que não o do design. Pois em design os dois serão mais simbióticos que dicotómicos (Flusser 1999a:18). Alguns parágrafos acima abordou-se o surgimento do design na articulação entre o mundo técnico e o artístico e argumenta-se que este facto poderá ter influência na dialéctica entre os dois inerente ao design. Contudo, do ponto de vista da relação com o mundo mediada pelo design, este antagonismo, para Flusser, não será tão fundamental quanto a simbiose que se verifica sempre, quer a peça de design seja funcionalista ou, noutro extremo, por exemplo surrealista. Sobretudo, a atenção ao lado visual, à superfície, dos objectos de design não será da responsabilidade expressa do pólo artístico do design. No limite poder-se-á especular sobre se uma maior ornamentação poderá contribuir para maior consciência da intriga provocada pelo design. Mas as perspectivas mais funcionalistas, mais racionais, mais técnicas, não deixam de ser perspectivas do design e dessa forma não estarão isentas da fusão entre arte e técnica.

Flusser não se refere explicitamente ao problema, mas uma exploração do seu texto *Sobre a Palavra Design*, central a esta parte, não pode ignorar o trabalho anterior de Baudrillard. Primeiro em *Le Système des Objets* em 1968 e depois em *Para uma Crítica da Economia Política do Signo* (1995[1972]), a questão do papel da lógica funcionalista do design é especificamente tratada. A “universal semantização do meio ambiente” (*idem*: 192) como demonstração da generalização do sistema de valor de troca/signo é, para Baudrillard, despoletada pelo surgimento do funcionalismo como ideologia teórica implementada pela Bauhaus. Não sendo uma invenção da Bauhaus, como reconhece Baudrillard, é nesta escola que o funcionalismo é assumido como parte do modelo teórico do design e do ensino

deste. Por via da adaptação da forma à função, que daria uma aparência estética a uma desejada transparência funcional, os objectos de design viriam a assumir qualidades semânticas tornando-se signo. Tal acontece pela condição de estrutura imposta pelo modelo da Bauhaus, os objectos passam a articular-se em signifi-
cante/significado, a forma dos objectos “torna-se significante de um significado objectivável, racional, que é a sua função”, resultando numa síntese da relação forma/função, mas também da arte/técnica e do belo/útil (*idem*:194).

De facto, a história da Bauhaus confirma a perspectiva de Baudrillard, sobretudo a partir da época de Gropius, cujo discurso propõe explicitamente a arte e a tecnologia como uma nova unidade. Como já foi aqui discutido, a ambição era social e política: melhorar a qualidade de vida para todos pela transformação estética do ambiente construído. Propunha-se uma funcionalidade total com valor estético, por via de uma transparência da forma, expansível ao mundo de modo igualitário. A esta perspectiva Mark Wigley chama “design explosivo” a propósito da discussão sobre a actualidade do “design total” e da expansão ao mundo do conceito de design proveniente da Bauhaus (2007[1998] :157-171). Se a expansão do design, pensado segundo a Bauhaus, não se deu pela produção em massa dos objectos ali concebidos, a disseminação e reprodução do seu modelo teórico, quer no ensino do design, quer como discurso sobre o design, cumpriram essa mesma expansão, contribuindo para a posterior semantização (podemos dizer estetização) do mundo.

Esta construção do mundo com base na estrutura dissociativa forma/função, estético/útil, está, para Baudrillard, assente num pressuposto artificial que é a própria estrutura, uma vez que esta dicotomia se revela apenas aparente. Em vez da articulação entre dois pólos, esta estrutura é antes o desdobramento do que deveria ser considerado uma unidade (Baudrillard 1995[1972]: 196). Tal entendimento não está, aliás, longe da posição de Flusser para arte/técnica em design como um regresso possível a um significado uno pré era moderna. Baudrillard vai mais longe ao referir-se a uma “crise do funcionalismo” e às correntes que se lhe

opõem, por, pela sua oposição, tomarem o funcionalismo como "lei moral e universal do objecto" (*idem*: 200). Para este, a crise do funcionalismo está na constatação de que a própria função é subjectiva podendo dar origem a qualquer forma, dependendo da função definida, e redundando numa única função final que é a de signo (*idem*: 205).

É da dicotomia simbiótica, que estes pares de conceitos polarizados que temos vindo a referir representam no design, que Slavoj Žižek entende que resulta o seu crescente poder (2010:137). A superfície estética, a sua exterioridade como lhe chama o teórico, inscreve a “retractação ideológica” própria desta nossa época. “É tão opaca quanto a “utilidade” (*ibid.*). Exactamente porque a utilidade se constitui ela mesma como signo que pode representar uma ideologia que, porém não é vivida.

por exemplo, um homem que vive numa grande cidade e possui um Land Rover não leva, como é evidente, uma vida plena de sentido e próxima da terra, mas possui, pelo contrário, esse tipo de carro de modo a indicar que leva a sua vida sob o signo de um atitude plena de sentido e próxima da terra (*ibid.*).

Desta forma poder-se-á desvalorizar a questão do eterno combate arte/técnica em design. Poderemos eventualmente afirmar que pode ser ilusória na tentativa de explorar o papel do design. Quer as perspectivas mais funcionalistas, quer as mais formais estão reféns hoje da exploração do seu valor de signo, em relação ao qual poderemos estabelecer paralelismos com a noção de superficialização de Flusser e a de estetização de Verbeek.

Estas mesmas noções integram, como vimos, uma duplicidade entre a sua possibilidade de aproximar os objectos de design dos seus interlocutores e simultaneamente se constituírem como uma camada opaca sedutora que aliena os mesmos interlocutores. Ou seja serem a uma só vez um objecto de comunicação e um obstáculo a essa comunicação. Este é o desdobramento do pensamento de Flusser que será explorado do capítulo seguinte.

Capítulo 4

O Objecto como Obstáculo Dialógico

O texto *Design: Obstacle for/to the Removal of Obstacles* (Flusser 1999f[1988]:58-61) contém, em toda a sua concisão, a essência do pensamento de Flusser sobre a condição da cultura, aplicado aos “objectos de uso”. O próprio nome do texto remete para a concepção dialéctica subscrita pelo autor. Aquela em que pela cultura vencemos os nossos limites naturais e a mesma cultura nos limita por sua vez. Nele aparecem implícitos a progressiva e cumulativa distância em relação ao mundo natural e o encadeamento de “programas”, reflectidos na mediação exercida pelos objectos de uso, inevitáveis qualquer que seja a intenção do designer. Estes objectos/obstáculo mantêm-se como tal nos processos de comunicação, ainda que numa existência eventualmente desmaterializada, não sendo, por isso, alheios ao texto os efeitos dos conceitos de entropia e de transcodificação

aplicados, como Flusser o faz, à comunicação. A entropia como o processo natural de perda de informação a qual os processos de comunicação tentam evitar. A transcodificação como a conversão sucessiva da mesma informação em diferentes códigos (texto-imagem-texto científico-código binário- imagem, etc.).

Ao caracterizar a condição dos objectos de uso em geral e associá-los ao processo de design, Flusser concentra-se já não, como no texto *About The Word Design* (1999a:17-21), na exploração da questão da posição do design no mundo contemporâneo, mas antes na forma como os objectos de uso, aqueles que são projectados para resolver um problema, se interpõem entre pessoas e entre pessoas e o mundo. Neste contexto assume, alguma importância o processo projectual em que o design assenta pela expectativa de Flusser na possibilidade de, tendo consciência da condição de obstáculo de todos os objectos de uso, o designer prestar mais atenção ao desenvolvimento do carácter dialógico desse mesmo objecto.

Em que medida os objectos assumem, contraditoriamente, características de obstáculo coloca-se como problema inicial e, igualmente, como condição de partida para discussão. A solução dos obstáculos criados por estes objectos através de novos objectos que por sua vez criam novos obstáculos, impõe-se como um problema decorrente do anterior que torna, para Flusser, a cultura sucessivamente mais “objectiva”, obstrutiva. Ao chamar objectos de uso, Flusser refere-se aos objectos criados por pessoas para outras pessoas. Daí que a mediação inevitável exercida por estes objectos os torne “intersubjectivos” e, como tal, dialógicos, característica claramente preferida por Flusser (Flusser 1999f[1988] :59) que o leva a questionar as possibilidades de enfatizar este lado no processo de design dos objectos. Nesta sequência, Flusser admite ainda que o design de objectos imateriais, sobretudo dos objectos de comunicação, permitirá uma mediação transparente por oposição uma opacidade materializada (*idem* :60). No capítulo que aqui se introduz serão desenvolvidas as questões dissecadas por Flusser a partir do tema do

texto, procurando uma associação ao design de comunicação e uma concretização dessas mesmas questões, por via de alguns exemplos delas demonstrativos.

Design de obstáculos

Se um problema justifica um objecto de design, no caso do design de comunicação este é justificado por um problema de comunicação visual. É assim pelo menos desde o binómio modernista forma/função, já anteriormente abordado. É enquanto solucionador de problemas, justificando-o com referências etimológicas, que Flusser aborda o design neste texto. Temos a palavra problema de origem grega a que corresponde a palavra *objectium* em latim como origem da palavra objecto, como despoletadoras do jogo de palavras de Flusser, numa sucessão de significados reveladores da condição dos “objectos de uso” e da sua fenomenologia (*idem* :58). Neste texto a palavra obstáculo é meramente outro lado da palavra objecto, o lado problemático, e assim ele resume a questão de partida:

Eu cruzo-me com obstáculos no meu caminho (cruzo-me com o mundo objectivo, substancial, problemático); eu ultrapasso alguns destes obstáculos (transformo-os em objectos de uso, em cultura) para poder continuar, e os objectos assim transformados, tornam-se obstáculos eles próprios (*ibid.*).

Será útil explorar esta preposição regressando a outras noções similares noutros textos de Flusser que contribuirão para o seu mais exacto entendimento, de como se verifica de facto este fenómeno.

O primeiro obstáculo é necessariamente a natureza aquando da oposição que lhe é feita pelos seres humanos, já discutido no capítulo anterior. Na circunstância da matéria à qual é imposta uma forma que existe previamente no plano da teoria, podemos pensar nestes objectos materiais como obstáculo literal. Uma vez que um objecto está fisicamente no nosso “caminho”, e portanto está fisicamente entre

nós e outras pessoas, ou algo (uma peça de roupa, uma mesa). Este será o caso de toda a cultura.

Outras associações menos relativas ao aspecto material se poderão fazer com a ideia de obstáculo/problema, como a questão da traição da forma pura, teórica, eterna. Aquilo que se perde em abstracção, traição, remete-nos também para o conhecimento. Para a traição existente na divulgação, igualmente referida no capítulo anterior, e para a questão da entropia dos processos de comunicação. Do olhar sobre o discurso de Flusser relativo aos condicionamentos pelas variações das formas de cultura, é possível distinguir diferentes formas de obstáculos/problemas consequentes dos objectos de design. Todas elas, porém, se revelam decorrentes do problema primeiro, a asserção de Flusser, de reminiscência platónica, de que o mero facto da criação de um objecto pressupõe igualmente a criação de um obstáculo, a geração de um problema.

Maldonado, referindo-se a episódios pontuais da implementação da actividade de design, sem explicitamente discutir a questão objecto/obstáculo, ilustra o problema da necessidade de criação de complementos para objectos de uso (1999:23-28). Numa incursão pelos pressupostos históricos do design, Maldonado vai encontrando momentos em que entrevê uma procura por aquilo que, mais à frente neste texto, discutiremos como componente dialógica dos objectos, e que, relembrando o que Flusser refere como a junção entre arte e técnica, poderemos considerar o ponto em que o lado *soft* se liga ao lado *hard*. As máquinas e seus mecanismos, mesmo as mais elementares - Maldonado refere-se às máquinas ainda dos primórdios da indústria dos séculos XVI-XVIII - necessitavam, por um lado, de ser explicadas, de instruções de instalação, funcionamento e utilização. Sem esse conhecimento complementar, as máquinas existiam como um obstáculo ao qual era necessário acrescentar uma peça de design (as instruções) representando visualmente a experiência da sua utilização. Este situa-se como um exemplo

acabado de um problema gerado por um objecto de design. Além disso, as representações visuais que indicavam o seu modo de utilização eram contextualizadas num ambiente familiar, os chamados “teatros da máquina”. Para Maldonado tratava-se de uma tentativa de naturalização do artifício por via da sua aproximação ao homem.

A esta camada “objectiva”, que poderemos considerar como sendo as instruções da máquina, Maldonado acrescenta outro exemplo histórico. Mais uma vez vem cobrir obstáculos originados pela máquina percorrendo o caminho em direcção ao viria a ser o design enquanto actividade, enfatizando a vertente *soft* (estética) deste. A estrutura crua dos objectos técnicos do fim do século XIX vem provocar problemas de segurança no seu uso. Com a colaboração de legislação publicada obrigando a envolver as engrenagens das máquinas por uma superfície, ganha força a ideia de carroçaria. Não só permite minorar problemas de segurança como se torna uma forma de aproximação por via de um relacionamento estético com os objectos técnicos, “a configuração formal esconde a configuração técnica do objecto” (*idem* :28) muito próximo do que hoje se designaria por interface. Adrian Forty resume bem esta questão com o exemplo que a seguir se transcreve tomando, porém, a necessidade de cobrir a estrutura maquinal do objecto, como uma forma de venda e não de segurança.

O design altera a forma como as pessoas vêem os objectos. Como exemplo deste processo, podemos considerar o design dos primeiros móveis de rádio. Quando começaram as transmissões nos anos 20, os primeiros rádios sem fios eram cruas montagens de resistências, fios e válvulas. Os fabricantes perceberam rapidamente que se queriam vender rádios para as pessoas colocarem nas suas salas, tinham que desenvolver uma abordagem mais sofisticada ao design. No fim dos anos 20 e início dos anos 30, havia 3 tipos de rádio (fig. 20), cada um apresentava o mesmo electrodoméstico, o rádio sem fios, de uma forma totalmente diferente. O primeiro guardava o rádio num armário que imitava uma peça de mobiliário antigo, e assim

remetia para o passado. O segundo era esconder o rádio numa peça de mobiliário com uma função totalmente diferente, como um cadeirão. O terceiro, que se tornou mais comum, à medida que as pessoas se familiarizavam com o rádio e o achavam menos perturbador, era colocá-lo dentro de um armário concebido para sugerir que pertencia a um mundo futuro e melhor. Cada design transformou o rádio original primitivo para lá de qualquer reconhecimento (1992[1986]: 12).

Fig. 20: Rádios anos 1920 e 1930



Servem estes exemplos, embora históricos, para argumentar a concepção do nosso autor de que qualquer objecto de design se configura de uma forma ou de outra como um obstáculo. A circunstância de ser necessário um outro objecto que complemente o anterior, inclui também o problema da concretização da intenção (ideia). Em princípio se fosse possível concretizar o ideal, esse objecto poderia não ser tomado como um obstáculo.

A impossibilidade de um objecto de design ser absolutamente cumpridor dos intentos do designer, é considerada por Don Ihde como a “falácia do designer”. Num artigo com o título *The Designer Fallacy and Technological Imagination* (2008:51-59), Ihde dedica-se a demonstrar este logro que ele enuncia como “a noção de que um designer pode criar [design] numa tecnologia, os seus propósitos e usos. Por sua vez esta falácia implica algum grau de neutralidade material ou plasticidade no objecto, sobre o qual o designer tem controlo”. Ihde questiona esta assunção exemplificando abundantemente o seu contrário com objectos cuja intenção inicial do seu criador seria uma e o seu uso outro. Como a intenção próstética de Bell ao criar um dispositivo, originalmente de ajuda à audição, que viria a ser o telefone. Num extremo estarão os exemplos relativos a designs com consequências totalmente imprevistas e negativas como o desvio de cursos de água que provocam inundações, ou o caso, referido por Ihde, da energia nuclear. No largo espectro dos objectos que representam a falácia poderemos incluir igualmente as peças discutidas acima. A “falácia” de Ihde encontra-se, por isso, próxima da noção das características do objecto/obstáculo de Flusser. Se para Ihde a “falácia” se verifica quer pela utilização dos objectos para outros fins que não os da intenção inicial ou a sua subversão, quer por consequências imprevistas do uso de um objecto, já em Flusser a constatação da geração de obstáculos está intimamente ligada - porém não exclusivamente - à impossibilidade metafísica da plena concretização das intenções do designer.

Numa análise do processo de design, Ihde procura os momentos em que a intenção do designer sofre adaptações ou é subvertida encontrando um elevado grau de complexidade nas relações entre design, tecnologia e o seu uso, que, na sua acepção, contribuirão para uma menor consequência da intenção do designer. Num primeiro momento é descrita a relação entre o designer e a materialidade, o processo de tentativa de materialização da intenção do designer é entendido como um processo de interacção entre o designer e o material. A adaptação do projecto ao material pressupõe inevitavelmente uma deturpação da intenção, esta não será mais do que um equivalente ao processo de “in-formação” descrito por Flusser (1999g:24) e já antes aqui discutido. A materialização de uma forma teórica (de uma ideia) conduz à sua “deformação”. É, assim, plausível estabelecer uma paridade entre a ideia e a intenção do designer afirmando que a materialização de uma intenção conduz à sua deturpação.

Uma vez o objecto de design materializado, Ihde encontra uma, mais evidente, perda do controlo da intenção do designer sobre os usos dados ao seu objecto, fazendo depender esses usos daqueles que o vão utilizar, da sua “imaginação tecnológica” e do seu contexto cultural. Por “imaginação tecnológica”, Ihde entende a alteração de usos dados a determinado objecto de design diferentes daqueles intencionados, o que leva a que, no seu exemplo, a partir da pólvora se imaginem armas, se invente o canhão. Porém o canhão só foi criado num determinado contexto cultural, aquele em que vencer guerras dependeria do derrube de castelos como os europeus.

Onde Ihde adivinha uma constante, a da “falácia do designer”, Flusser já tinha confirmado uma característica ontológica. Um contraponto mais atento entre as duas perspectivas revela, porém, uma divergência de base. Ihde recusa a intenção do designer como influente no impacto do design de um objecto de uso,

“mantém-se uma persistência na falácia do designer, em que de algum modo a 'intenção' determina, quer sejam bem ou mal sucedidos, os resultados. O meu argumento é dirigido contra este enquadramento e descrição do projecto de design” (2008). O confronto com a perspectiva de Flusser, suscitado pelo texto de Don Ihde, sugere, ainda, no enquadramento do ensaio de partida para este tema *Design: Obstacle for/to the Removal of Obstacles* (1999f:58-61), uma correlação directa entre o problema da intencionalidade do designer e a sua responsabilidade. Esta decorrente do ponto de vista de Flusser sobre a característica dialógica dos objectos de design a ser aprofundada mais à frente.

O argumento de Ihde da “imaginação tecnológica” parece pressupor uma liberdade absoluta - não directamente referida - na relação com o objecto à qual é retirado o efeito da intenção do designer. Flusser quando descreve a obstaculidade dos objectos e a impossibilidade da concretização perfeita da ideia, torna implícita uma certa “falácia do designer”. Desta leitura resulta, não obstante, que a presença da intenção, do plano, nas implicações dos objectos de design não é, pelo mesmo, descurada. Em diferentes ocasiões Flusser aborda a liberdade de tomada de decisões, ou de criação, perante um artefacto. A demonstração do seu conceito de programa presente na criação de imagens técnicas na obra *Ensaio Sobre a Fotografia* (1998[1983]), ou na forma como lidamos com a cultura imaterial, a informação pura suportada por aparelhos electrónicos, em “The Non Thing 2” (1999b:90-94), são exemplos elucidativos. Ali discute-se o número finito de possibilidades permitido pelos objectos técnicos. Lembrando a posição de Flusser já descrita mais detalhadamente em páginas anteriores, esse número, apesar de finito, é provavelmente inalcançável, e aquilo que se produz a partir desses objectos encontrar-se-á condicionado igualmente pela conjuntura de quem o faz. Mas, tal como Flusser afirma, não é possível a quem usa um objecto utilizar “categorias”

que não estejam inscritas no “programa” do objecto. Pelo que a liberdade do utilizador a que se refere Ihde, dificilmente será total. Sobre as possibilidades dos meios digitais para o design, John Thackara toca igualmente a questão da liberdade de decisões por estes possibilitadas. Ao mesmo tempo que se abria este novo mundo de possibilidades ia-se fechando o leque de variedade das linguagens formais utilizadas. Para Thackara, a utilização de *software*, por definição, é limitada por não permitir conceber funcionalidades que não existam já, as opções dos menus são limitadas ainda que as combinações possíveis sejam inúmeras (Thackara 1988).

Os meta-códigos do design como meta-objectos

Consideremos o processo de “imaginação tecnológica” de Ihde, enquanto subversão, adaptação, alteração, dos objectos como um reflexo da tentativa de ultrapassar o obstáculo criado pelo objecto de uso a que se refere Flusser. Na sua concepção lata de design, será, do mesmo modo, plausível entender que aquelas acções, escapando à intenção do designer, serão, por sua vez, acções de design. Ou seja, tais recriações serão, na mesma medida, resultado da intenção de um designer constituindo um obstáculo no caminho de alguém. Esta sucessão de objectos pressuporá, para Flusser, um espessamento da distância em relação ao mundo natural e, conseqüentemente, uma maior obstrução.

E eu sou de facto duplamente obstruído: primeiro porque os uso para prosseguir, e segundo, porque eles se atravessam no meu caminho. Posto de outra forma: quanto mais longe vou, mais objectiva, substancial e problemática se torna a cultura (Flusser 1999f:58).

Revisitando a introdução e a descrição dos aparelhos, tal como vistos por Flusser, poderemos ter uma noção sequencial da sucessão de obstruções a que se

refere. O processo de transcodificação que se opera num aparelho traduz a obstrução sucessiva num objecto técnico, que extrapolando permitirá um vislumbre da acumulação de obstáculos na cultura. E aplicando aqui a referência às imagens técnicas estaremos de igual modo mais próximos desta perspectiva no design de comunicação. A hierarquia de programas enunciada por Flusser na descrição do aparelho fotográfico e do seu resultado em imagens fotográficas é organizada da seguinte forma:

Enquanto *objecto duro (hardware)*, o aparelho fotográfico foi programado para produzir automaticamente fotografias; enquanto *coisa mole (software)*, impalpável, foi programado para permitir ao fotógrafo fazer com que as fotografias deliberadas sejam produzidas automaticamente. (...) Por trás destes, há outros. O da fábrica de aparelhos fotográficos: um aparelho programado para programar aparelhos. O do parque industrial: um aparelho programado para programar indústrias de aparelhos fotográficos e outros. O aparelho económico-social: um aparelho programado para programar aparelhos económicos, culturais, ideológicos e outros. Não pode haver um “último” aparelho, nem um “programa de todos os programas”. Isto porque qualquer programa exige um meta programa para ser programado (Flusser 1998[1983] :46).

Na hierarquia de programas, em que podemos assumir como embebida a intenção dos designers de cada um dos aparelhos, aparece implicado o processo de transcodificação (ou tradução) causado pela comutação entre os códigos introduzidos em cada um dos aparelhos e por estes produzidos. Os textos científicos usados para conceber os aparelhos são por estes transcodificados em imagens técnicas no caso da fotografia (*idem* :33). A assunção destas imagens como produto directo do fotógrafo causa, como anteriormente relatado, uma desatenção ao processo completo, bem como uma impossibilidade de conhecimento absoluto desse mesmo processo. Dentro do aparelho fotográfico, estando oculto todo o processo de captação e formação da imagem, opera-se, por meios mecânicos e electrónicos, uma simulação do pensamento humano de criação de uma imagem no qual se enquadra

a conhecida metáfora da “caixa negra” de Flusser, título inicial de *Ensaio sobre a Fotografia* (*idem*).

As concepções menos estudadas de Flusser sobre os meios digitais, e a comunicação aí assente, apontam para uma perspectiva alterada dos processos aqui descritos. Flusser ensaiava uma crítica ainda incipiente, que nalguns pontos não contemplava o processo de transcodificação, por ele tão originalmente exposto, que apontaria para uma ideia de concepção directa de modelos (imagens). Mais à frente ensaiar-se-á desenvolver esta perspectiva enquadrada na sua clamação por uma transparência dos objectos. Não obstante, parece-nos, hoje, ainda válida e pouco discutida a sua concepção do mundo cultural, em particular aquele que a este trabalho mais diz respeito, que passa pelas imagens técnicas nas quais incluímos o design de comunicação. O seu conceito de “idolatria” (adoração da imagem), que o autor indica como consequência do processo de transcodificação, poderá ser igualmente considerado como uma implicação da sucessão de obstáculos.

Se tivermos em consideração o design de comunicação como uma forma de conversão em símbolos inteligíveis (tal como as imagens técnicas) dos processos técnicos, de um conjunto de objectos, que nos permite experienciar o mundo, servindo-nos de guia, podemos associar-lhe a noção de “idolatria”. Porém, não sem a percepção de se tratar de mais um objecto sobre o qual penderá a condição de obstáculo.

Numa data não muito distante da primeira publicação do *Ensaio sobre a Fotografia*, Abraham Moles publica na revista *Design Issues* em 1986 um artigo intitulado *The Legibility of the World: A Project of Graphic Design* (1989[1986]:119-129). Sob um entendimento utilitário do papel do design, Moles discute o design gráfico, especificamente os sistemas de orientação no espaço, como a actividade que daria legibilidade a um mundo em que de outra forma teríamos dificuldade em orientar-nos. Neste caso, os objectos de design gráfico sobrepor-se-iam

às coisas, ajudando a explicar o mundo para que nele nos possamos orientar e agir de acordo com a nossa vontade.

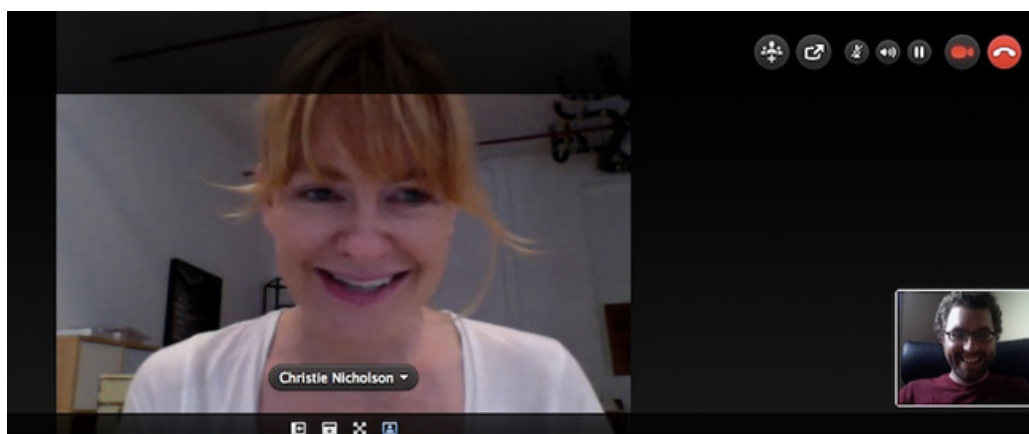
Assim, as coisas gráficas são muitas vezes o eixo de diálogo entre o homem e o mundo. O autor discorre justamente sobre a função social do design gráfico como representativo do ambiente material ou preparatório de acções. Moles vê a vida quotidiana como a matéria prima do design gráfico, o mundo visível tornado legível pelo design gráfico pressuporá uma compreensão por parte dos indivíduos que lhes permitirá orientarem-se no mundo, prepararem as suas acções. “A função do designer é melhorar a legibilidade do mundo, o mundo é um labirinto que tem que ser deslindado, um texto que tem que ser decifrado” (*idem* :129).

O mundo que nos rodeia tem um lado material por onde prosseguimos e o lado dos signos, formas, sinais, cartazes, setas, que representam coisas e acções. Para Moles estes signos constituem uma enorme estrutura diagramática integrada no contexto da nossa vida. Trata-se de um conhecimento por sinais do mundo das coisas, produtos e acções. Ao guiarmo-nos por signos, a nossa existência torna-se progressivamente mais simbólica por vivermos num mundo que é produto do artifício em que “preparamos as nossas acções, não com os objectos, mas com os signos que os designam. Tal está relacionado com a mudança social em que a comunicação toma precedência sobre a actividade material” (Moles 1989[1986] :120). Atribui-se uma função pública e social ao Design de Comunicação, pois este designa os aspectos simbólicos do que nos rodeia para nos preparar para acções reais. Como pode verificar-se, no texto de Moles, em acções tão modestas como encontrar um caminho, ou colocar um aparelho a funcionar com a ajuda do manual de instruções. Os exemplos sugeridos a partir de Maldonado (1999 [1991] :23,28) no início deste capítulo, servem igualmente de ilustração a este ponto. As instru-

ções de montagem ou funcionamento de objectos técnicos poderão mesmo ser vistas como uma parábola para uma acção a tomar depois da leitura de uma peça de design gráfico.

O artigo de Abraham Moles, sugerindo a extrapolação para todas as áreas da nossa vida pela introdução que faz ao tema, concentra-se em exemplos de sistemas gráficos de orientação, não obstante, deixa-nos pistas para a discussão de uma relação causal entre todos os objectos de design de comunicação e a acção. A noção de legibilidade do mundo para nossa orientação pode ser também observada em exemplos casuísticos do quotidiano, cuja mediação da acção se verifica em diferentes graus de imediaticidade. Esta mediação pode ser mais evidenciada em objectos de design de comunicação que geram erros funcionais, como é o caso prosaico do interface gráfico de uma chamada vídeo da versão 5.1 da aplicação *Skype* (fig. 21). Neste interface o botão de desligar a chamada está junto ao botão de ligar a câmara de vídeo, tendo como efeito na acção que a intenção de ligar a câmara resultasse no erro de desligar a chamada (entretanto corrigido) (Pavlus, 2011).

fig.21: Interface da versão 5.1 do programa Skype, 2011



A legibilidade do mundo pelo design de comunicação não se concretiza apenas numa significação directa dos objectos materiais. O processo de transcodificação, enquanto objectos de comunicação que resolvem obstáculos sucessivos, é relativamente evidente em objectos de design de informação. A atribuição de sentido, pela sua representação visual, a grandes quantidades de dados, sobretudo a partir do surgimento da capacidade informática de processamento, poderão fazer supor estas representações visuais como a camada de entendimento de um mundo sucessivamente transcodificado por tecno-códigos. Mais enfática ainda será a representação visual de fenómenos intangíveis tais como por exemplo processos de transferência de calor ou circulação de dinheiro (Drucker, McVarish, 2009:250).

Nas representações visuais de dados quantificados que foram abstraídos dos fenómenos (tangíveis ou não) que representam, talvez possamos arriscar afirmar a constatação de uma analogia com a aceção de “idolatria”. Termo que Flusser aplica às imagens técnicas, mas também aos objectos de uso (1999f: 60). Estas representações gráficas, enquanto resultado da transcodificação de dados científicos, ou estatísticos, e apresentadas como tal, vão transportando a intencionalidade de todos os intervenientes. Porém, como Flusser descreve para as imagens técnicas, são vistas como uma representação directa, sem intermediários, do real, passando a ser entendidas como modelos do real segundo os quais nos orientamos e agimos (Flusser, 1998[1983]: 35,36). Tal como os objectos de uso, projectados para alguém prosseguir o seu caminho e lançados como obstáculos no caminho de outros (Flusser, 1999f : 58), os objectos de design de comunicação, enquanto formas de tornar o mundo legível, tornam-se obstáculo à sua plena compreensão.

Os mapas enquanto objecto de uso comum servem-nos aqui de exemplo literal desta nossa afirmação. Os mapas do mundo são veículo das possibilidades científicas de cálculo de distâncias, ou do grau de distorção necessário para anular o

efeito curvo da terra, ou mesmo da sua execução em função das rotas mercantis. Mas vão sendo igualmente veículo de valores ideológicos e demonstração de poder. Como aqueles que colocam no centro a Europa, ou nos quais o hemisfério sul se apresenta em muito menor proporção em relação ao hemisfério norte (inicialmente por constrangimentos dos modelos matemáticos de distorção). Estes mapas, com toda a sua carga, passaram a convenções gráficas, a partir das quais concebemos o mundo. O Norte é para cima, a Europa no centro, o hemisfério norte tem mais importância, etc. A nossa visão do mundo, da Terra, é devedora, entre outros, dos modelos cartográficos de Ptolomeu (90-170), inventor da latitude e longitude, e de Gerardus Mercator (1512-1594), cujo modelo de projecção de 1569, pensado para a ajuda à navegação marítima, torna a Terra plana fazendo uso de uma grelha ortogonal e distorcendo a superfície terrestre (Drucker, 2009 :85,86). É certo que o modelo de Mercator (fig.22) há muito que é considerado erróneo pelas organizações relacionadas com a cartografia, e que já houve outras projecções entretanto definidas.¹⁹ Porém, esse modelo mental imediato que mantemos do mundo persiste. A apresentação de outras projecções da superfície da Terra revela-se desconcertante, tal é a alteração que a modificação de ponto de vista provoca na nossa visão do mundo. Um dos exemplos mais interessantes, e porventura mais elementar, será o mapa que inverte a posição habitual entre Norte e Sul (fig.23).

¹⁹ Projecção de Winkel em 1913 com maior fidelidade ou de Peters em 1977 que deforma a superfície terrestre em sentido contrário à de Mercator, aumentando o continente africano e o sul americano por compensação.

fig.22: Mapa mundo a partir da projecção de Mercator



fig.23: Mapa mundo, *Invertido*



Nos mapas encontramos igualmente um exemplo do que Moles também aponta como sendo uma existência progressivamente mais simbólica, em que as acções são executadas sem os objectos concretos, apenas com os “sinais que os designam” (1989:120). Não podemos deixar de voltar a invocar Hannah Arendt e *A Condição Humana*, no excerto que dedica à “alienação do mundo” (Arendt 2001[1958] :311-321), para mostrar que os mapas contribuíram para, diminuindo a escala da Terra, criar distância em relação ao nosso planeta, torná-lo alcançável. “Qualquer diminuição de distâncias terrestres só pode ser conquistada ao preço de se colocar uma distância definitiva entre o homem e a Terra, de aliená-lo do seu ambiente imediato e terreno” (*idem* :314). Vemo-nos aqui regressados à condição dialéctica do objecto/obstáculo.

Moles, ao referir-se a uma existência mais simbólica, está, no entanto, a relacioná-la com a mudança paradigmática, a que Flusser alude igualmente, provocada pela passagem a uma sociedade assente na actividade comunicacional (Moles 1989:120). Não podemos deixar de assinalar a correspondência, que vai estando implícita nos últimos parágrafos, com o tema, já abordado, relativo à superficialização do mundo provocada pela sua esteticização, ou semantização (nos termos de Baudrillard).

Obstáculos Dialógicos

Na sequência do diagnóstico formulado no início do texto *Design: Obstacle for/to the Removal of Obstacles* (Flusser 1999f:58-61), e discutido atrás, Flusser coloca a seguinte questão: “Que forma devo dar a estes designs projectados, para que os que vêm a seguir a mim possam usá-los para continuar e simultaneamente evitem ser obstruídos tanto quanto possível?” (*idem* :59). Colocando a ênfase na responsabilidade de quem projecta e nas consequências sobre quem usa estes objectos,

Flusser encara o processo de mediação como um diálogo entre aqueles protagonistas. Os objectos não são apenas objectivos mas intersubjectivos, dialógicos. A chave para responder à questão é a característica “intersubjectiva” dos objectos. É a componente dialógica que poderá contribuir para minorar a sua condição obstrutiva. Com esta assunção especifica a sua pergunta: “Posso dar forma aos meus designs projectados de tal maneira que o comunicativo, o intersubjectivo, o dialógico sejam mais fortemente enfatizados que o objectivo, o substancial e o problemático?” (*ibid.*).

A afinidade da sua obra com o trabalho de Arendt, particularmente no já citado *A Condição Humana*, sugere um exemplo pontual ilustrativo do problema aqui discutido.

Conviver no mundo significa essencialmente ter um mundo de coisas interposto entre os que nele habitam em comum, como uma mesa se interpõe entre os que se sentam em seu redor; pois, como todo o intermediário, o mundo ao mesmo tempo separa e estabelece uma relação entre os homens (2001[1958] :67).

Entendendo o processo de mediação dos objectos de uso como um processo de comunicação, Flusser não faz mais que reafirmar a sua posição que estabelece uma analogia ontológica entre a cultura material e a comunicação humana enquanto processos artificiais (2002[1974]: 3-7). Conceito este que revela e permite compreender uma das motivações fundamentais da sua obra, uma sociedade de comunicação plena.

Qualquer designer, sempre que concebe um objecto coloca, inevitavelmente, um obstáculo no caminho de outros. Esta é, para Flusser, a razão incontornável para considerar a questão da responsabilidade do designer como fundamental. Na sua aceção, a atenção ao lado dialógico dos objectos, prestada pelo designer, abrindo o diálogo com os outros, abre também a possibilidade de responder pelos seus designs. John Thackara, no seu livro *In the Bubble* (2005), um mapeamento

da paisagem do design no mundo tecnologicamente complexo, hiper-ligado, focado na importância local e na sustentabilidade, não só ecológica, mas social, propõe um recentramento do design nas pessoas por oposição ao foco na tecnologia. A propugnação pela atenção às pessoas e pela responsabilidade social em design tem sido, mais recentemente, abordada com maior frequência. Já vimos no primeiro capítulo que Frascara, defende no final dos anos 1980 o design gráfico como uma ciência social (1995[1988] :44-55). O autor apela ao redireccionamento da atenção dos designers do fascínio da construção formal de um objecto gráfico para o seu destinatário e a sua interrelação com o objecto, responsabilizando, desta forma, os designers.

Forma e diálogo

A procura pela forma a dar a um design para enfatizar o diálogo, o lado intersubjectivo, sugere uma discussão sobre diferentes visões daquilo que em design de comunicação, que pressupõe à partida uma função dialógica, pode ser “in-formado” e estruturado nessa perspectiva. Nas próximas linhas procurar-se-á entender em que medida, no design, se proporciona um diálogo efectivo ou as formas que esse diálogo assume e suas implicações.

De entre os autores que procuram consistentemente colocar a atenção nos destinatários dos objectos de design, encontra-se Gui Bonsiepe, designer e autor prolífico de ensaios críticos sobre design. Bonsiepe que fez parte da escola de Ulm, tendo a partir dos anos 1970 passado a ensinar em países como o Chile, Argentina ou Brasil. Tem grande influência no design latino-americano e trabalho aprofundado sobre design em países periféricos. Insatisfeito com uma certa ideia estreita do design associado a objectos de culto ou de luxo, Bonsiepe vem defender no início dos anos 90, o uso do termo interface para uma “reconstrução ontológica do design”. Como ponto de partida estabelece uma analogia entre os termos

design e interface (1999c:9), baseando-se na aplicação do termo ao design de interfaces para objectos digitais. Bonsiepe pretende uma reinterpretação do design, adequada à época em que os meios digitais tomavam o seu lugar, que rompesse com o quadro de referência da *Gute Form* (Bonsiepe 1999d:26-36).

Nessa obra, tomar o design como interface pressupõe que se encara o design como algo que está entre o corpo, a ferramenta e a acção estabelecendo a interacção entre estes três elementos. Tal concepção permitiria definir o domínio essencial do design que se aplicaria, não só a objectos materiais, mas também a “artefactos semióticos” como sejam aqueles que o design de comunicação produz. Desta forma, Bonsiepe pretende deslocar a atenção do designer para o plano em que esta relação tripartida ocorre, e não exclusivamente para o objecto. Como os interfaces, o design é por si visto como aquilo que estabelece o diálogo entre diferentes elementos que se encontram separados, mediando a sua relação (fig.24). Porém, tal como a própria palavra indica, um interface é simultaneamente algo que se interpõe entre aqueles mesmos elementos que pretende ligar.

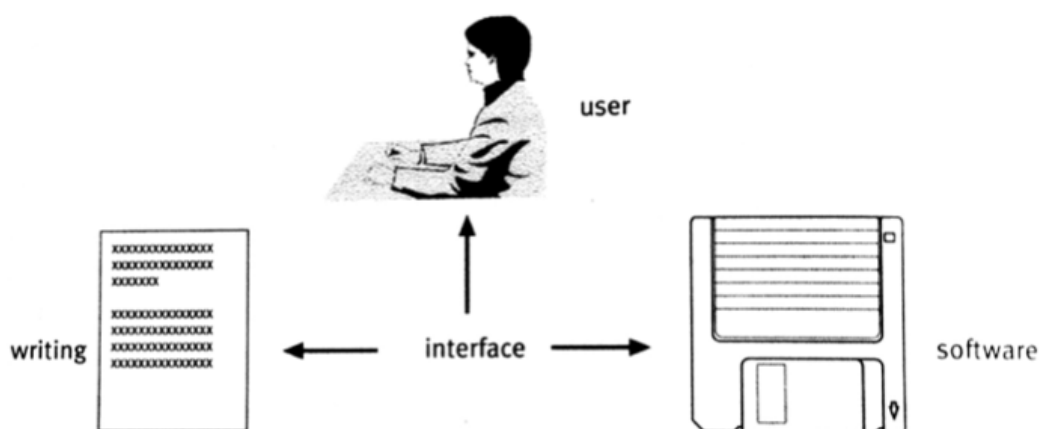


fig.24: Relação entre o programa, o objectivo da acção, o utilizador e o interface, Gui Bonsiepe, 1990

A capacidade para enfatizar o lado dialógico de um objecto de design pode mesmo ser considerada como um dos artifícios do design, aquele que consiste em fazer com que o objecto seja crível para permitir o diálogo. A aplicação do termo por Bonsiepe possibilita que a atenção possa ser centrada na comunicação. Considerando o conceito de comunicação e limitando-o ao seu significado etimológico mais imediato, tornar comum, é possível encontrar nele uma proximidade com esta ideia de interface apresentada por Bonsiepe. Será o interface que medeia a utilização de um objecto, o interface que permite que a informação se torne inteligível, e porventura, compreensível. O design proporcionará o estabelecimento de contacto com o objecto criando neste um ponto comum com o destinatário. A proposta de Bonsiepe coloca o design no plano da relação entre os destinatários e o objecto de design. Assim, implicitamente assume estes objectos de design como uma plataforma dialógica.

Contudo, a possibilidade de um diálogo intersubjectivo entre designer e destinatários dos objectos não aparece contemplada em Bonsiepe. O uso do termo intersubjectivo é significativo do pensamento de Flusser quanto à atenção à componente dialógica dos objectos. Um design intersubjectivo assume também a subjectividade do designer e dá a conhecê-la. É possível intuir que a verificação desta intersubjectividade pressupõe uma disponibilização de maior conhecimento sobre o processo e motivações conducentes àquele design.

Klaus Krippendorff, outro descendente da escola de Ulm, que mais do que propor a ideia de interface a constata na forma como experienciamos os objectos de uso, refere-se brevemente a este problema. Para poder usar com eficácia os objectos de design não existe “razão convincente para os utilizadores entenderem a sua história, composição material e funcionamento interno” (Krippendorff 2007:18). Do ponto de vista funcionalista não é possível questionar tal afirmação,

não obstante servir-nos para salientar o quão paradigmática se revela a proposta de Flusser, e entender de que forma o princípio da responsabilidade do designer, da sua liberdade, mas também da dos utilizadores aparece associado. Flusser aparenta não se contentar com a qualidade daquela relação em interface, nele um diálogo, que tendo em conta as pessoas, mas existindo para a eficiência da acção não é suficiente para uma minimização da condição obstrutiva dos objectos de design. Uma relação de eficiência não fará mais do que “programar” quem se relacionar com o design em questão.

Da presunção de neutralidade à assunção da retórica

A perspectiva defensora da eficácia funcionalista, sustenta o mesmo princípio de Flusser da não obstrução pelos objectos de design. Enquanto o interface é discutido como espaço de diálogo entre um objecto e o seu interlocutor, a sua neutralidade é vista como condição essencial para a fluidez desse relacionamento sem obstáculos interpostos.

Em texto dedicado à presunção da neutralidade por parte dos designers, Robin Kinross (1989:131-143), desenvolve uma pequena abordagem histórica ao design de informação, como exemplo de uma área do design que, historicamente, mais assentou na convicção da neutralidade. As bases fenomenológicas do design de informação têm origem no movimento modernista e no construtivismo da Bauhaus. Desenvolvendo-se no período entre guerras na Europa central, estas bases foram, finalmente, definidas como design de informação depois da II Grande Guerra nos anos 1950 e 1960, como repercussão da teoria da informação.

Um sinal inicial seria a apologia daquilo a que Jan Tschichold, tipógrafo e professor alemão, chamou “Nova Tipografia” (1995[1928] :64-86). Entre outras propostas a “Nova Tipografia” defendia o uso de tipos sem serifa. Tschichold considerou que só os tipos não serifados iam de encontro aos requisitos de pureza

e claridade do espírito do “nosso” (seu) tempo, e que expressavam as mesmas tendências da arquitectura. No modernismo defendia-se a simplificação das formas e do uso da cor na convicção de que assim se melhoraria a comunicação e a tornaria mais precisa, “científica”. “Não por razões de estilo, pela razão convincente da necessidade, a necessidade de poupar trabalho, tempo e dinheiro, e para melhorar a comunicação” (Kinross, 1989: 138). Tal como no design de informação também nos designers do modernismo existe uma grande preocupação com a informação e com a forma clara e transparente de a apresentar (*idem*: 136-139).

Durante os anos da II Guerra Mundial esta corrente manteve-se algo instável e não muito visível, sobretudo na Alemanha. Todavia, nos anos seguintes, com o fôlego da recuperação económica pós guerra e o contexto tecnológico criado pela cibernética e a teoria da informação, as posições racionalistas sobre o design desenvolveram-se. Para Kinross, a chamada revolução da informação contribuiu definitivamente para a definição do design de informação. Foi possível aplicar os conceitos criados pelas ciências de computação e pensava-se que era também possível tornar a comunicação humana tão ordenada e exacta quanto a circulação eléctrica.

Como o design de comunicação, hoje o termo design de informação tem-se aplicado igualmente a outras áreas em que se considera que a informação sem ambiguidades é necessária como é o caso dos sistemas de orientação, ou de instruções de funcionamento ou montagem de algum outro objecto, ou ainda de horários de transportes ou outros, mas também na comunicação com sistemas computacionais, a que chamamos interacção homem-computador. As noções defendidas derivam daquelas abordadas acima. Não obstante ter-se vindo a impor um formalismo estético, ao qual regressaremos mais à frente com maior pormenor.

Num texto denominado *Information Design: The Emergence of a New Profession* (Horn 1999 15-33), Robert E. Horn, ao definir design de informação, utiliza as palavras eficiência, eficácia, rapidez, precisão, exactidão. Kinross contesta estas diversas declarações de objectividade absoluta no design. Para o autor existe uma tendência nos designers de informação para pressuporem que uma intenção de neutralidade anula a retórica persuasiva associada a outras áreas do design. O tom geral das suas conclusões é o da impossibilidade de negação da existência de retórica em qualquer projecto de design.

A primeira abordagem feita à ligação entre design e retórica foi publicada em 1965 por Bonsiepe no ensaio *Visual/Verbal Rethoric*, mais tarde revisto (1999e[1995] :69-82), logo depois de Roland Barthes publicar a sua *La Rethorique de l'Image* (2009[1964] :27-45). Nele, Bonsiepe compara a função da retórica verbal com uma retórica visual, ao referir a prática retórica na antiguidade clássica. Deste modo Bonsiepe estabelece um interessante paralelo com a prática do design e alguma controvérsia associada à retórica. Referindo as várias posições da altura sobre o uso da retórica, entre a visão de Sócrates e Platão, defensores da utilização do discurso como busca pela verdade, questionando até o seu uso, e aquela associada aos sofistas e ao uso da retórica como forma de poder e persuasão estéril. Outros intelectuais viam o uso da retórica como uma ferramenta de divulgação da verdade, Aristóteles situar-se-ia algures no meio, atacando igualmente os sofistas, mas defendendo a retórica e afirmando que um orador deverá ser capaz de enfrentar o auditório e de adaptar o seu discurso (Breton:2000[1989]: 40,41). Algures entre o uso da retórica na divulgação pela verdade, a adequação do discurso à audiência e a função de persuasão, seria possível substituir a palavra retórica pela palavra design e considerá-la adequada. Bonsiepe considera que o design

ner usa diariamente a retórica visual ao “empregar meios visuais incluídos em categorias formais e estéticas para veicular mensagens”. Sendo esta a prática, vê-a consideravelmente mais avançada do que o estudo sobre ela.

Na primeira versão do texto de Bonsiepe (1965), Kinross encontra, no entanto, o que considera ser uma contradição (1989: 132). Se por um lado Bonsiepe defende que a informação pura só existe de forma abstracta para o designer e que assim que este lhe começa a dar forma começa o processo de retórica, por outro faz uma ressalva, dando como exemplo de informação livre de retórica um horário de comboios. Ao argumentar contra esta ideia, Kinross faz uma análise dos horários de comboios e das suas componentes visuais para demonstrar que até o mais linear destes horários não está livre de retórica. Sugere primeiro que a mera composição e organização da informação constante no horário usa processos de retórica, uma vez que pretende orientar o leitor destas tabelas à conclusão de qual o comboio para si mais conveniente. A sua análise passa também pela cor e pela tipografia para encontrar, também aqui, uma lógica retórica que representará a identidade da empresa de transportes que publica o horário, além da própria visão do designer. Na perseguição da objectividade e clareza absolutas, a retórica não deixa de estar presente quanto mais não seja pela passagem dessa forma de austeridade e afirmação de contraposição com tudo o que se considera elementos ornamentais.

Na versão publicada em 1995, Bonsiepe já retirou a hipótese de haver casos de excepção no que à retórica visual diz respeito. A forma mais imediata de considerar a carga retórica na comunicação visual seria pensar na publicidade, que por definição assenta no conceito de persuasão. O conceito de retórica transporta actualmente consigo uma dimensão aliada ao engano. No entanto, ao abordar a questão da informação e da *Information Anxiety* (Wurman, 2000[1990]), sobre a obsessão pela informação na sociedade actual, Bonsiepe entende que a retórica poderá ter uma função cognitiva. Os processos cognitivos poderiam ser utilizados

para “clarificar contextos e reduzir a entropia cognitiva” (1999e[1995] :71). Mostrando depois como as figuras de estilo da linguagem verbal se podem aplicar à linguagem visual e de que modo estas podem ser utilizadas para resolver problemas de comunicação.

Um outro autor que aborda a retórica associada ao design é Richard Buchanan (1989: 91-109). Buchanan socorre-se das três componentes do argumento da retórica clássica para estabelecer um paralelismo com a argumentação do design. Assim o *logos* corresponderá a uma razão tecnológica, o *ethos* ao carácter do objecto de design e o *pathos* à sua qualidade emocional.

Sobre a razão tecnológica, o autor afirma de maneira enfática a importância da tecnologia no design, considerando que uma teoria da retórica no design deverá ver a tecnologia como um campo que se relaciona necessariamente com o público. Ao invés de ser vista como uma inevitabilidade exterior, livre de qualquer carga persuasiva, apenas inerente ao desenvolvimento científico e assim, sem valor humano. O design não trabalha apenas sobre um objecto mas também sobre o processo tecnológico. Para Buchanan, a persuasão inerente à tecnologia num objecto de design está relacionada com o facto de o objecto apresentar, pela sua estrutura, uma solução evidente para um problema e também pela verificação da sua eficácia através do seu uso.

Por carácter do objecto, Buchanan entende a forma como o carácter do designer se reflecte no objecto, como as escolhas que faz têm influência na argumentação do seu objecto perante o público. Este ponto levanta a questão ética pela responsabilidade que representa a manifestação, mais ou menos ostensiva, desse carácter. Além disso, esta forma de retórica envolve a expressão das diferentes visões do mundo dos designers.

O argumento emocional do objecto relaciona-se inevitavelmente com a estética. A carga emocional partirá, quer do contacto com o objecto, quer da contemplação deste.

Os três elementos considerados por Buchanan como constantes do exercício da argumentação pelo design apresentam ligações a outras áreas. A tecnologia estende as suas pontes para as ciências naturais e sociais, o carácter para a ética e a política, e a emoção para a estética e a arte.

Desta forma, se a presunção de neutralidade se verifica ilusória, a retórica poderá contribuir para explorar o lado dialógico dos objectos de uso. A razão tecnológica será associada a uma manifestação de intenções do objecto, a uma proposta da sua utilidade e a emoção estética faz parte da categorização da questão relativa aos objectos enquanto obstáculo. Das três formas de argumento, a do carácter, associado à ideia clássica de verdade, será aquela que, provavelmente, mais se aproximará da perspectiva de Flusser, quanto à exploração das possibilidades dialógicas e intersubjectivas dos objectos de uso.

Entre a presunção de neutralidade e a discussão das suas propriedades retóricas, o design de comunicação vai transitando entre uma inocuidade aparente e uma visão subtilmente maniqueísta, revelada em afirmações ocasionais. Não obstante uma permanente defesa da responsabilidade social dos designers, ou por isso mesmo, Frascara define a qualidade em design gráfico como sendo “medida pelas alterações que produz na audiência” (1995[1988] :49). No entanto, o facto de ser possível quantificar as alterações produzidas na audiência não significa estas sejam sinónimo de qualidade do design. Quer um design que se presume neutro, quer aquele que faz uso de uma exuberância formal, não declaram necessariamente a sua intenção retórica, sendo não raras vezes causadores de obstáculos evitáveis por serem subestimados.

No episódio bem conhecido das eleições presidenciais nos Estados Unidos da América (EUA) em 2000, o desfecho das eleições esteve pendente por uma controvérsia nos resultados no Estado da Florida. Uma causa central do problema, que tendo sido discutida inicialmente acabou pouco referida nos meios de comunicação, entre as polémicas judiciais e políticas, foi o design dos boletins de voto. O boletim em questão (fig.25), conhecido por “boletim borboleta”, listava setenta e três candidatos ao longo de dez páginas. A ordem alternada dos candidatos, desconhecida do furo correspondente que deveria ser marcado, levou a que inúmeros eleitores declarassem ter-se enganado no seu voto, influenciando assim o resultado das eleições naquele Estado.

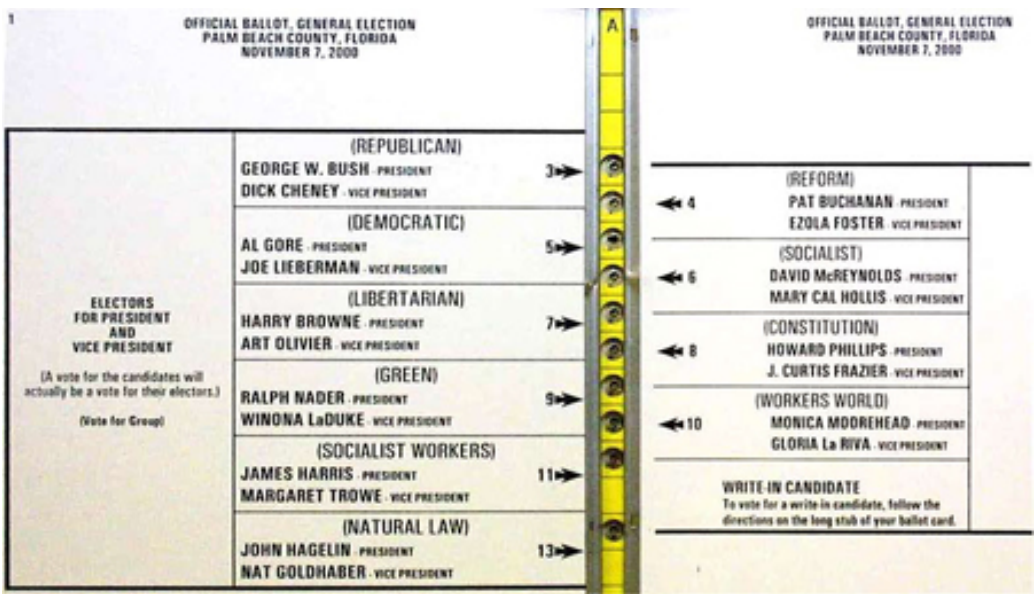
No período seguinte às eleições, a AIGA (*American Institute of Graphic Arts*), a maior e mais antiga organização americana de profissionais de design gráfico, iniciou um projecto de diagnóstico e propostas para o design do sistema de comunicação eleitoral, usando os boletins de voto como ponto de partida. O projecto foi dirigido por Marcia Lausen em colaboração com a Universidade de Illinois e a comissão local de eleições. Este projecto foi concluído em 2007 com a criação de princípios orientadores do design do sistema de comunicação eleitoral para a Comissão de Assistência às Eleições americana. Uma vez que os boletins de voto não são localmente criados por designers, este conjunto de princípios foi distribuído pelas comissões locais de eleições e foi aplicado nas últimas eleições presidenciais de 2008.

Analisando a estrutura daquele boletim de voto, podemos compreender a controvérsia causada e perceber como a retórica aplicada ao design, na lógica de Buchanan, poderá contribuir para esta mesma análise. A razão tecnológica presente neste boletim, ou o seu *logos*, centrada na existência de argumentos reveladores do seu propósito, poderá estar presente na medida em que pelos furos e se-

tas é possível entender que se deve apontar algum desses pontos. Porém, o argumento fica-se por aqui por dificultar a acção: o voto no candidato escolhido pelo eleitor. Desta forma, o elemento *ethos* do argumento deste boletim de voto, o seu carácter, aparece comprometido.

Como é referido no livro que resultou do projecto *Design for Democracy*, “O mais crucial dos objectos encontrados na experiência de voto, o boletim, é o registo tangível das escolhas dos eleitores. (...) Um boletim confuso sugere uma comissão de eleição desorganizada e resulta na frustração do eleitor” (Lausen 2007:11). O carácter de quem produz o boletim, neste caso a agência local do governo, fica comprometido. Como é afirmado no prefácio ao livro, este tem o poder de minar a confiança no processo eleitoral e consequentemente na Democracia (*idem*:4).

fig.25: Boletim de voto “borboleta” para as eleições presidenciais americanas, condado de Palm Beach Florida, 2000



De acordo com Buchanan, a componente emoção do argumento em design, o *pathos*, neste boletim de voto permitiria estabelecer uma empatia com aquilo que o boletim de voto representa. Quer a confiança no processo, quer a disponibilidade para exercer o voto ponderadamente, poderiam ser potenciadas pela envolvimento estético. O caso do boletim de voto pode servir-nos para exemplificar uma subestimação e uma crença na inocuidade dos objectos de design. A aplicação declarada do argumento retórico à luz do defendido por Buchanan pode, pelo menos, contribuir para entender em que pontos será possível explorar o lado dialógico dos objectos de design. Como já tinha sido sugerido, a componente mais próxima do apelo de Flusser ao diálogo aberto entre autor e destinatário, apresenta-se como sendo a correspondente ao *ethos*; porém, é também possível entender a relação simbiótica com os elementos *logos* e *pathos*.

No entanto, a procura de Flusser por um diálogo entre designer e os interlocutores dos seus designs, permanece de difícil resolução. A própria chamada de atenção de Flusser para a sucessão de obstáculos e programas com que nos deparamos, parece dificultar a resposta. Mesmo no caso do design de comunicação, contraditoriamente, a possibilidade de uma relação dialógica com o designer através do objecto não se apresenta clara. A especificidade do design de comunicação suscita algumas considerações. Tal como nas imagens técnicas, o design de comunicação pode igualmente ser alvo de “idolatria” por razões semelhantes já apresentadas no capítulo anterior. A presença constante dos aparelhos em que assenta e mesmo a sua história, indissociável da evolução destes, obriga a uma atenção permanente às decorrências do lado técnico em simultâneo com as das manipulações formais do conteúdo.

No capítulo seguinte debate-se o design segundo as tecnologias de informação em rede, as quais, para Flusser, pela sua estrutura, podem desenvolver as potencialidades dialógicas e de liberdade dos aparelhos.

Capítulo 5

Design da Nova Imaginação

No capítulo anterior expõe-se a dualidade mediadora dos objectos de design de comunicação entre a sua condição de obstáculo e as suas possibilidades dialógicas, explorando as características que provocam a primeira, promovem as segundas e os seus possíveis efeitos. Fica a persistência do argumento de Flusser pela ênfase nas propriedades dialógicas nos projectos de design como forma de promoção de uma existência mais liberta dos programas dos aparelhos. As próximas páginas concentram-se na transição para uma desmaterialização proporcionada pelas tecnologias de informação ligadas em rede, na qual Flusser encontra condições para a possibilidade de concretização de uma sociedade em que a comunicação seja dialógica e tendencialmente livre de obstáculos. Este capítulo aborda algumas das perspectivas de Flusser para a sociedade da informação. A transição para uma certa desmaterialização a que os meios informáticos e ligados em rede dariam lugar, é motivo de expectativa para o autor.

Nessas circunstâncias, a criação de “designs de uso imaterial”, concretizados em códigos informáticos, promoveria uma vivência mais “estética” (mais livre) e a estrutura das comunicações em rede daria lugar a uma comunicação dialógica porque sem hierarquia. Não obstante, os meios informáticos serem tecnologias complexas que não deixam de modelar o mundo, Flusser vê com expectativa a desmaterialização dos meios. A desmaterialização da informação e as estruturas em rede proporcionam também, na perspectiva de Flusser, uma simbiose mais perfeita entre o conhecimento científico e o design, pelo facto de ambos assentarem em códigos informáticos que podem ser reduzidos a 0 e 1.

A ideia de criação de realidades pelo design tem surgido nesta tese, particularmente neste capítulo, mas a noção de que o que comunicamos visualmente constrói realidades já foi em diferentes momentos abordada e é a base de debate de Flusser e também deste trabalho. Falamos das realidades criadas pelo mundo dos mapas, dos boletins de voto, da visualização, do que não podemos comprovar por nós como o design da comunicação de conhecimento científico. Uma era em que basta “ver [uma imagem] para crer” sem ser necessário ir “ver para crer”. Nestes processos trata-se de usar a informação a partir de uma realidade, porém a intenção continua a ser a de comunicar um mundo que existe, ainda que, como vimos, essa mesma intencionalidade seja criadora de ilusões. A comunicação do conhecimento que não tem existência material como muito do próprio conhecimento científico pretende ainda assim ser uma representação da realidade desse conhecimento.

Os pressupostos da nova imaginação como proposta por Flusser, além da desmaterialização e do diálogo, assentam igualmente na ideia do jogo contra os aparelhos no qual se criam realidades assumidas como criações, como ficções até. Levando esse jogo a uma possibilidade de vivência livre dos constrangimentos

impostos pelos obstáculos referidos nas páginas do capítulo anterior. Tal passa por uma certa utopia.

Analisa-se estes conceitos tendo presente igualmente o capítulo quatro, em que é estudada a forma como Flusser vê os objectos de design na condição dupla de obstáculos, advogando a atenção à criação de objectos com carácter intersubjectivo e, por isso, dialógico nestes textos explorado. Observa-se a esta luz as tendências recentes do design de comunicação que exploram a renovada relação entre ciência e design. Esta surge nas formas de visualização e mapeamento de fenómenos científicos ou informação abstracta e no uso do conhecimento científico para a criação de objectos de comunicação. Mas surge-nos também na articulação entre essas possibilidades técnicas onde Flusser talvez incluísse o seu jogo contra o aparelho. Neste jogo nem sempre os resultados são desmaterializados, mas o seu processo procura abrir-se ao diálogo.

A “nova imaginação”, tal como foi definida por Vilém Flusser, proporcionaria uma vivência estética pura, por a criação destas novas imagens ser totalmente abstracta e já não uma leitura dos textos que lêem imagens que, por sua vez, lêem o mundo, como nas imagens técnicas. Seriam criações directas de imagens que promoveriam a intersubjectividade, designs de uso imaterial. A construção desta nova imaginação está, por isso, em directa relação com a área do design a que chamamos design de comunicação.

Uma sociedade de comunicação total

Do conjunto do trabalho de Flusser transparece uma motivação para uma sociedade em que a comunicação sem obstáculos e dialógica fosse possível. Na última parte do texto “Design: Obstacle for/to the Removal of Obstacles”

(1999[1993]:58-61) o autor demonstra uma expectativa em relação às possibilidades da libertação da informação dos seus suportes materiais. o que daria lugar a uma cultura desmaterializada em que seria possível alcançar a transparência dos objectos de design, proporcionando a comunicação dialógica. De facto, Flusser demonstra alento numa possível sociedade de informação em rede e desmaterializada, não sendo poucos os textos em que, em breves frases, manifesta esta esperança alimentada talvez por um desejo. O seu pensamento não deixa, no entanto, de reflectir a consciência dos prováveis constrangimentos na construção dessa sociedade.

Dois aspectos decorrentes do termo sociedade de informação são postos em questão por Flusser. O significado daquela expressão tem, no texto “Distribuzione Monodirezionale o in Rete?” (2004[1995]:151-158), duas possibilidades de entendimento. Na primeira, que o autor rapidamente caracteriza, refere-se “aquela estrutura social em que a produção, elaboração e difusão de informações assumem uma posição central”. Nota o florescimento desta forma de sociedade e a sua sobreposição em importância à sociedade industrial da qual surgiu. Esta primeira aceção é, aliás, referida em muitos dos seus ensaios. As constatações principais são as de que um crescente número de pessoas está envolvido no processo acima descrito e no número de actividades profissionais também crescente que assenta exclusivamente nesta actividade.

A segunda possibilidade, que não se opõe necessariamente à primeira, refere-se a esta sociedade no entendimento daquela forma de existência na qual o interesse primordial se concentra na troca de informações com outros (*idem*:153). Para a construção dessa segunda forma de sociedade, na perspectiva de Flusser, a existência da primeira permite considerar a hipótese de exploração do que idealmente seria a segunda. A concepção de sociedade de Flusser assenta por isso no pressuposto de que a comunicação é a infra-estrutura da sociedade.

Não deixa de existir uma certa surpresa na expressão de esperança contida nos textos mais recentes de Flusser. De facto, uma leitura das linhas de início deste capítulo sugere a descrição feita por Philippe Breton a propósito da concepção utópica de uma sociedade de comunicação surgida nos anos 40. “A nova sociedade articula-se em redor do tema fundamental da transparência social, que implica indissociável o homem e a sociedade” (1992:55). Uma sociedade de comunicação plena, possível numa estrutura de rede sem obstáculos entrópicos, como aquela caracterizada por Breton, parece enquadrar-se no pensamento de Flusser. Porém, algo fundamental distancia Flusser destas concepções cibernéticas. A transferência desresponsabilizadora do homem dos “processos de comando e de decisão” para as máquinas (*idem*:56).

Se bem que Flusser pretenda este “carácter aberto das vias de comunicação” (*ibid.*), não altera toda a sua concepção sobre a responsabilidade ética do homem em cada objecto que lança para o público nem sobre a condição dos objectos técnicos. É neste contexto que Flusser faz questão de classificar a teoria da comunicação como uma ciência humana, distinguindo-a assim da teoria da informação (2002c:8-20). A sua atitude escolhida para tratar os códigos por que comunicamos é uma que não os dissocia do seu contexto cultural, da sua existência social. Exclui, por contraposição, a “atitude genética” que tende a explicar a origem dos códigos, ou até a estrutural que explora os seus significados. Segundo esta atitude a que chamou ‘dinâmica’, a teoria da comunicação seria tratada como uma ciência social (*idem*:17).

Não obstante, Flusser, nos seus últimos textos, entrevê a possibilidade para uma aproximação à sua ideia de sociedade. As condições necessárias para que tal acontecesse seriam a libertação dos objectos da existência material pela possibilidade de transparência e a possibilidade dialógica das redes de comunicação. Para Flusser a telemática inicia uma resposta tecnológica a estas necessidades. O termo

contém em si a essência da concepção de sociedade de informação: a aproximação auto-movida de quem está longe. A telemática é a técnica que traduz do plano utópico para o plano exequível a construção de uma sociedade para a realização de um no outro, tornando possível, num futuro previsível, a sociedade de informação (Flusser, 2004[1995]:153,54). Tal poder-se-á verificar tendo a telemática como uma técnica que permite uma aproximação recíproca sem esforço, isto é, a aproximação entre aparelhos que comunicam automática e reciprocamente um com o outro.

Recorda-se brevemente o segundo capítulo onde se faz referência ao texto “Die Fabrik” (1997[1993]: 164-171). Nele Flusser nomeia os aparelhos telemáticos como robôs, como aparelhos que se levam para todo o lado e funcionam em qualquer lugar em qualquer altura. Neste texto o autor associa, pelo percurso feito, as fábricas à sociedade de informação, da mesma forma que anteriormente se referiu a esta sociedade por a sua actividade principal ser o fabrico e troca de informação. A complexidade destes aparelhos e a sua ubiquidade não deixam de apontar para uma abstracção maior na relação entre os seres humanos e a função destes aparelhos. Como referido anteriormente, a sua complexidade distancia o homem do envolvimento empírico, por outro lado o facto de serem ubíquos e de tamanho reduzido poderá, paradoxalmente, contribuir para a aproximação entre seres humanos. Moles aponta que “Qualquer civilização imaterial será fortemente materializada porque os seus produtos imateriais estão necessariamente ligados à infraestrutura mecânica que os gera estabiliza e governa” (Moles 1995[1988]:273). Talvez hoje com a tecnociência e as capacidades biotecnológicas se possa questionar a afirmação de Moles. O próprio Flusser o pensava. Aqueles aparelhos representam ainda uma outra alteração em relação às máquinas da revolução industrial. Se o que diferenciava estas máquinas era a aplicação das teorias científicas, sobretudo a física e a química, os aparelhos vêm acrescentar a aplicação das teorias

neurofisiológicas e biológicas. Sendo todos estes artefactos de fabrico simulações do real, os aparelhos, ao serem-no com maior perfeição por estas características, proporcionam igualmente uma maior ilusão do real. Não sendo possível descurar o argumento da complexidade em relação à abstracção do real.

Flusser reconhece em dispositivos anteriores condições para esta ideia de telemática que aproximariam as pessoas de forma recíproca, neles incluindo formas ancestrais de comunicação como os sinais de fumo ou o correio postal. A absorção de dispositivos que apontam inicialmente para uma comunicação telemática em rede por um sistema de média em que domina a distribuição monodireccional, provoca a sua perda numa estrutura gigante de emissões. Isto é, as suas potencialidades enquanto tal não têm tido ao longo da história o desenvolvimento que permita que estas características se destaquem (Flusser, 2004[1995]:151).

O autor fala de uma revolução da comunicação, de uma transição da comunicação do espaço público para o privado indiferentemente de se tratar de dispositivos de comunicação em rede ou monodireccionais. Refere-se a um modelo em que a informação era criada em privado, apresentada depois no espaço público onde seria adquirida e transportada novamente para o espaço privado. Nesta revolução de que fala, a produção de informações continua a ser feita em privado, mas o seu fluxo flui directamente para o espaço privado dos destinatários. Esta diferença, segundo o autor, pode divergir nas suas consequências quer se trate de meios de distribuição monodireccional ou meios com canal de resposta aberto. No caso dos meios de comunicação de massas, sem a discussão no espaço público, tal forma de distribuição, contribuirá para uma sociedade homogénea, massificada. Por contraste os meios de distribuição em rede bidireccionais, ao serem concretizados desta forma, poderão configurar contributos para a concretização da sociedade de informação no contexto aprofundado por Flusser.

O espaço privado da casa e o seu papel na estrutura que compõe uma sociedade de informação é questionado no texto “With as Many Holes as a Swiss Cheese” (1999d[1993]: 81-84). Ao propor a casa, o espaço privado, como nó de uma rede onde confluem todas as comunicações vindas do exterior e de onde partem todas as comunicações para o exterior, reflecte igualmente a dicotomia entre diferentes aparelhos. Diferencia os aparelhos e formas de comunicação que permitem a comunicação reversível como o telefone e aqueles que apenas recebem informação como as televisões. Vê o perigo de, nestas ligações unilaterais, as casas em último caso serem receptores, porque de outra forma estão fechadas, de um “totalitarismo imaginário”. Por essa razão o autor propõe algo radical: para que as casas constituam nós de verdadeiras redes de relações interpessoais estas deveriam ser totalmente desprovidas de paredes. Só a verdadeira transparência permitiria a comunicação plena.

A forma como a visão metafórica destas superfícies que já foram analisadas enquanto tal no terceiro capítulo: Paredes, telas, tapeçarias, é descrita por Vilém Flusser permite fazer uma aproximação ao seu pensamento sobre as tecnologias de informação. Se no terceiro capítulo eram abordadas as estas “paredes” pela forma como ocultam a estrutura subjacente, aqui explora-se o outro lado, o que permite o diálogo. O ecrã, sendo decorrente das superfícies anteriores (note-se a relação entre tela e ecrã) e tendo características daquelas superfícies, representa, nesta comunicação, os aparelhos técnicos pelos quais nos relacionamos actualmente com o mundo num permanente exercício de comunicação. O omnipresente ecrã é abordado por Flusser como um dos objectos técnicos paradigmáticos das sociedades contemporâneas. As paredes de que fala admitem diferentes graus de relacionamento com o mundo, tudo depende da sua permeabilidade.

Da cultura material para o design imaterial

Ecrãs como paredes

Para Flusser a tela que suporta as tapeçarias é a melhor aproximação a uma comunicação transparente e imaterial. A tela também é uma superfície e uma parede, nas palavras do texto, “Shelters, Screens and Tents” (1999:55), as paredes de tela são “paredes de vento (tenda, guarda-chuva, vela, pára-quedas, papagaio)”. Como paredes de vento ora se servem dele para cumprirem a sua função (velas, papagaios) ora se opõem (tendas), mas em qualquer dos casos permitem a experiência uma vez que são, pelo seu tecido, uma rede em que se vê a sua estrutura e por isso é aberta à experiência. Pela própria palavra as paredes de tela se relacionam com os ecrãs - nós próprios usamos o termo tela de projecção. Na relação com a informação que lhe é projectada podemos perceber este fascínio de Flusser pelas paredes de tela. A parede de tela é capaz, perante as imagens que lhe são projectadas, de simultaneamente absorver a informação, reflectir a projecção, e também de a transmitir graças à sua transparência. Esta visão está bem explícita neste texto:

Desde tempos antigos a parede de tela armazena imagens sob a forma de tapeçarias, desde a pintura armazena imagens sob a forma quadros, desde a invenção do filme sob a forma de imagens projectadas, desde a televisão que actua como ecrã para imagens electromagneticamente tecidas, e desde os computadores a parede de tenda, agora numa forma imaterial, tornou possível a subdivisão e diversificação de imagens graças ao processamento da sua rede (Flusser, 1999:57).

A parede de tela como uma rede permeável a experiências contrapõe-se à parede de pedra proporcionadora de uma vivência teórica. Este é um dos conceitos que são abordados por Flusser no seu discurso sobre as tecnologias de informação, antigas e mais recentes, e que é extensível a toda a condição pós-industrial. Entre a experiência e a teoria passa-se, quando pensamos em tecnologias de infor-

mação, um outro fenómeno enunciado por Flusser, o da transcodificação, já referido anteriormente. Neste processo a teoria aparece-nos sob duas perspectivas complementares.

A primeira está relacionada com a transição de códigos que se opera para a construção dos aparelhos, a aplicação dos conceitos teóricos. Flusser aborda profundamente a questão dos textos teóricos, uma questão longa que mereceria uma abordagem dedicada, que se resume aqui de forma necessariamente simplista e que não dará conta de toda a sua complexidade: Para Flusser o texto é a expressão máxima da conceptualidade decorrendo daí que os textos e fórmulas teóricas sejam, enquanto teoria, expressão da perfeição (esta noção foi referida no segundo capítulo). A esta ideia pode também ser acrescentada a de que os textos são abstracções do mundo concreto. A necessária aplicação dos textos teóricos resulta numa transcodificação da teoria num objecto. Os ecrãs e os restantes objectos tecnológicos vêm a ser progressivamente mais elaborados, resultado de teorias mais complexas e da composição de diferentes textos teóricos.

A segunda perspectiva passa pela acumulação e a consequente transcodificação de experiências que se opera até à imagem técnica que nos é dada observar. Tal como no aparelho fotográfico a imagem técnica aparente no ecrã será uma síntese não só da aplicação das teorias mas também da intencionalidade dos vários intermediários por que passa a imagem. A questão que aqui se coloca é a distância que se cria entre uma intencionalidade original (e qual delas será a original) e o destinatário final da imagem técnica seja ela qual for, um texto no computador é uma imagem técnica. Como se a transcodificação ou as transcodificações sucessivas fossem contribuindo para tornar a parede, por elas formada, numa parede de pedra e a imagem técnica numa janela em que se olha o mundo protegido pela parede, em teoria, sem o experimentar. Deste distanciamento e processo parece pos-

sível tirar a ilação de que esta visão teórica, porque distanciada do mundo concreto, pode também resultar numa visão perfeita do mundo porque mais conceptual.

Embora Flusser já aborde a questão da transcodificação para se referir às imagens técnicas, pelo menos a partir dos anos 70, não deixa de ser significativo para esta argumentação que Lev Manovich, no seu trabalho *The Language of New Media* (2001), indique como um dos princípios dos novos média a transcodificação. A abordagem que faz separa duas vertentes dos computadores, a da linguagem computacional e a forma como as imagens técnicas, os conteúdos, aparecem no ecrã sob a codificação necessária ao entendimento dos indivíduos. “Os novos média em geral podem ser concebidos com sendo constituídos por duas camadas distintas – a “camada cultural” e a “camada computadorizada”. À camada cultural pertencem as imagens, os filmes, os *websites* tal como os vemos, e à camada computadorizada a linguagem de que são compostos os ficheiros, o código binário. A transcodificação a que Manovich se refere é a mútua influência entre estas duas camadas.

É de duas camadas que falamos também quando falamos de tapeçarias. Talvez se pudessem mesmo aplicar os termos a que se refere Manovich, cultural a que vemos, computadorizada a que não vemos; aparente a superfície que vemos, oculta a base que não vemos. A perspectiva da intenção e do plano sobre o design aparece quando no texto “Carpets” se fala de como o plano é cobrir a base, e de como a beleza só aparece se o plano for bem concretizado. Flusser chega mesmo a escrever sobre o tecedor do tapete que “Ele aspira a uma aparência e isso significa não só beleza, mas engano. Ele aspira ocultar a verdade através da beleza”. Num dos outros textos do livro *The Shape of Things*, “About the Word Design”, já aprofundado no segundo capítulo, engano e plano são abordados como o significado actual da palavra design em inglês. A este significado são associados outros

significados etimológicos coincidentes com as palavras arte e tecnologia. Resulta deste texto a ideia de que os objectos são concebidos *-designed-* para libertar o ser humano dos seus limites naturais, por isso para enganar a natureza, para a iludir. O problema aí levantado é o de que esta ilusão possa actuar também sobre o homem, que este se iluda igualmente. Na tapeçaria mesmo que inofensivamente encontra-se a possibilidade dessa ilusão. Da mesma forma poderemos pensar nos interfaces gráficos como a bela aparência que esconde os nós e a estrutura que a compõe, capaz de proporcionar a possibilidade de relação dialógica com o objecto tecnológico ou com alguém num outro ponto de uma rede de objectos tecnológicos.

A última das perspectivas que aqui se expõem é a da imaterialidade sugerida a partir da metáfora da parede de tela, enfatizada anteriormente ao estabelecer-se a relação entre as paredes de tela e os ecrãs de computador. Sobre a ênfase dada, ainda que de forma incipiente, à cultura imaterial já em 1989, constatando que grande parte da informação começa a ser imaterial, Flusser descreve a informação como algo que não pode ser agarrado, apenas codificado e decodificado. Esta informação constitui-se pelas imagens electrónicas nos ecrãs, os hologramas, os programas, os dados, a memória *RAM* e *ROM*; o *software*. Porém não negligencia o facto de que todas estas não-coisas precisam de estar inscritas em coisas, em chips, em tubos de raios catódicos, ou em cristais líquidos; em *hardware*. O que tende a ser negligenciado é o valor dessa base material. A progressiva valorização da informação e recíproca desvalorização do *hardware*, dos objectos materiais, é assim considerada como sinal para o início da desmaterialização, da afirmação da cultura imaterial.

A imaterialidade será idealmente uma aspiração de Vilém Flusser que alimenta, a partir da sua possibilidade tecnológica, a esperança de processos de comunicação mais transparentes, no sentido em que a estrutura que lhes é subjacente estaria, não oculta, mas sim à superfície.

Temos hoje uma cultura imaterial consideravelmente mais desenvolvida do que na época de Flusser, os ecrãs diminuem paulatinamente de espessura, provavelmente até perderem o seu corpo. Com o esfumar da materialidade parecerá porventura anacrónico estabelecer analogias com paredes, no entanto as paredes correspondem a imaginários fortes, todos vivemos dentro delas. As metáforas utilizadas não se pretendem literais, mas sim que exponham pontos de reflexão que Flusser vai encarando na sua obra revelando a ambiguidade de muitos deles, da mesma forma que vê como ambígua a relação do homem com o mundo e assenta o seu discurso nesse pressuposto. A sua defesa das telas que deixam ver os fios de que são compostas tem continuidade no design em que a informação desmaterializada é a matéria prima.

Informação pura

A transição para uma certa desmaterialização a que os meios informáticos e ligados em rede dariam lugar, é, como vimos, motivo de expectativa para Flusser à qual, no entanto, não nega as suas condicionantes:

De facto, começa-se a libertar o termo objecto do termo material, a criar designs de uso imaterial tais como programas de computador e redes de comunicação. Não quer isto dizer que uma “cultura imaterial” que começa a crescer desta forma seja menos obstrutiva: provavelmente restringe a liberdade ainda mais que a cultura material. Mas ao criar tais designs imateriais, o ponto de vista daqueles que os criam é, como foi, espontaneamente direccionado para as outras pessoas. É instruído pelo próprio imaterial como criar designs responsavelmente. Os objectos de uso

imaterial são ídolos (e assim adorados), mas são ídolos transparentes e tornam possível a outras pessoas ver o que se passa por trás das cenas. O seu lado mediado, inter-subjectivo, dialógico está visível (Flusser 1999f[1993]: 60).

A informação e a sua imanência na estrutura social são definidas pela sua característica não material. Flusser chama-lhe uma “não-coisa” (Flusser 1999h[1989]: 85-89). Uma sociedade baseada na informação representa para si uma mudança paradigmática e totalmente diferente de outras épocas anteriores. Exactamente porque a informação se libertou da sua existência material. A informação de que fala não é mais uma informação aplicada às coisas, deixou de se relacionar com o acto de *in-formar* (dar forma). Assim esta, embora necessite de um suporte, de “ser inscrita em coisas”, não vale pelo material em que assenta, mas pelo seu conteúdo formal - a informação. A esta informação sem dimensão Flusser chama “uma nova imaginação” (Flusser 2002e[1990]:110-116). Graças aos códigos numéricos e às suas capacidades de computação é possível às “ideias puras” manterem-se como tal, porque não sendo materializadas continuam ideias teóricas. A diferença é que esta “nova imaginação” não se configura como distanciamento do mundo real, como as imagens manuais ou as ferramentas, os textos ou os instrumentos e os aparelhos ou as imagens técnicas. O seu processo é oposto, é de projecção, de concretização, de cálculo. Em vez de reconstituírem a imagem bidimensional a partir da unidimensão dos textos, como as imagens técnicas (Flusser 1998[1985]:33), as imagens da “nova imaginação” são bidimensionais mas criadas a partir de cálculos adimensionais. A pura abstracção desta “nova imaginação”, permite criar “formas vazias”, “ocas” que na sua virtualidade produzem “mundos alternativos” (Flusser 1999i:99-103).

Quando Flusser descreve a “nova imaginação” sugere a aparência destes “mundos alternativos” como imagens que representam cálculos. Daí que Paulo Serra, comentando este processo que inverte a concepção das imagens como abstracções do mundo e as coloca como criadoras de mundos, considere um retorno

da imagem à condição de realidade. “Aquilo a que chamamos ‘realidade’ ou se confunde, cada vez mais, com as próprias imagens tecnológicas, ou é mesmo gerado, de forma automática, com recurso aos dispositivos apropriados, a partir dessas mesmas imagens” (Serra 2006:10). Nos processos de comunicação a realidade é a que se confunde com as imagens tecnológicas.

Na medida em que a comunicação, de acordo com Flusser, se coloca como a comunicação, pela transcodificação, da experiência no mundo, estes “mundos alternativos” são também resultado da transcodificação necessária da experiência para o código digital. Porém esta informação não tem obrigatoriamente que ser materializada para se tornar aparente. Pode ser traduzida directamente da “nossa imaginação para a imaginação introduzida no computador” (Flusser, 2002[1990]: 114,115).

Este processo dúplice em que da nossa imaginação do mundo geramos imagens informatizadas que constituirão uma realidade, não está longe do que José Luís Garcia define como “ontologia informacional contemporânea” (2007a: 230). O enquadramento deste conceito explicita bem a duplicidade a que nos referimos:

Neste sentido, é cada vez mais na medida em que podem ser objecto de informação tecnológica que o mundo e a experiência podem também ser objecto de comunicação. O novo *ethos* científico da informação é, nesta aceção, uma autêntica produção de realidades virtuais (*idem*:229).

Embora esta caracterização decorra do processo de abstracção das imagens técnicas, não deixa de ser válida para o processo de criação de “mundos alternativos”. A função de “idolatria” das imagens técnicas não deixa de existir no processo de desmaterialização da informação, como Flusser afirma em citação transcrita acima (1999f: 60). O mesmo problema que resulta da aparência que oculta a sua base pode enunciar-se numa cultura imaterial, o que Maria Teresa Cruz refere como a aparência natural que o artificial pode assumir deixando de ser possível

distinguir entre um e outro (2002). Os “mundos alternativos” configuram-se assim como uma era do “design total”.

Ciência e novas imaginações

O processo associado à “nova imaginação”, leva a que as suas imagens, porque adimensionais, se assumam como modelos (Flusser 1999g[1993]:26), formas sem origem material e por isso modelos para uma existência material. Paradigmáticos da criação de realidades são os processos de design associados às ciências, propiciados pelo esfumar de fronteiras entre o mundo real antes conhecido e o mundo virtual. O interesse é recíproco entre design e ciência. Esta relação tem sido explorada em anos recentes como uma abertura de novas possibilidades para o desenvolvimento e conhecimento humano.

O Museu de Arte Moderna em Nova Iorque (MOMA) concebeu a exposição *Design and the Elastic Mind*, inaugurada em 2008, dedicada à recente e renovada “exploração da intensa relação recíproca entre ciência e design no mundo contemporâneo” (Bergdoll 2008:8). Na história do design do século XX, o MOMA aparece com alguma frequência, justamente por exposições que apanhando o “ar do tempo” se revelam também definidoras de correntes marcantes, como que pontuando momentos de viragem. Já foram mencionadas as exposições que ajudaram a impor o Estilo Internacional primeiro dando-lhe o nome, nos anos 1930, e mais tarde, em 1950 contribuindo para a sua instituição tácita como gosto único, na exposição *Good Design*. A exaustiva exposição *Design and the Elastic Mind*, entre outras áreas, aponta o uso do design como criador de visualizações e mapeamentos de processos científicos ou informação abstracta, assim como de especulação crítica sobre futuros possíveis.

A utilização dos meios tecnológicos à disposição para desenvolver projectos críticos dos modos de vida dominantes e explorar alternativas possíveis, mais atentas a vivências mais criativas e livres dos programas em que a humanidade tem criado a sua estrutura, é um dos propósitos da corrente “*critical design*”. A primeira referência e caracterização de um “*critical design*” no seu livro *Hertzian Tales* (1999), deve-se a Anthony Dunne, professor no Royal College of Art que tem defendido e desenvolvido projectos no âmbito destas correntes e possibilidades do design. De certa forma subsidiários desta corrente, outros termos têm surgido como variações do anterior, entre eles “*speculative design*”, “*conceptual design*” ou “*design for debate*”. Todos procuram enquadrar uma actividade de design que, ao invés de resolver problemas imediatos e operacionais, sobretudo associados à indústria o ao mercado, procura uma prática com um pendor mais interrogativo, de intervenção política e social.

Dunne publicou em 2013 com Fiona Raby, professora na Universidade de Artes Aplicadas de Viena, o livro *Speculative Everything* centrado no “*speculative design*”, mas abrangendo outras áreas disciplinares. “*Speculative design*” será uma prática do design que especula sobre formas de desenvolver designs que se enquadram no “*critical design*” (fig. 26). Para estes autores o design é um meio para especular como as coisas poderiam ser, para imaginar futuros possíveis. Dunne e Raby estão entre os mais conhecidos promotores desta corrente. Ambos são sócios no estúdio de design inglês *Dunne & Raby* a partir do qual têm produzido objectos que reflectem esta prática e que têm sido integrados em diversas exposições a partir das quais têm contribuído para amplificar o discurso e a visibilidade sobre o tema.

Um dos projectos mais conhecidos, que fez parte da exposição *Design and the Elastic Mind*, é o projecto da série *Technological Dreams: no1, Robots* de 2007 (fig. 27) que pretende questionar o papel dos robôs nas nossas vidas.

Olhando para os robôs como indivíduos com personalidades distintas, Dunne & Raby propõem que estes dispositivos sejam pensados, não a partir das tarefas que podem executar, mas nos comportamentos e características que vão surgindo (Antonelli, Vecchierini, 2008: 28). Qualquer destes aparelhos apresenta características formais mais próximas dos objectos domésticos inanimados do que aqueles que habitualmente reconhecemos como sendo robôs, manifestando depois comportamentos diferentes de acordo com os quais se relacionam com o ser humano.

fig.26 Lista constante do livro *Speculative Design*, colocando na coluna A termos normalmente associados à prática corrente (comercial) do design e na coluna B, termos associados ao *speculative design*.

A	B
Affirmative	Critical
Problem solving	Problem finding
Provides answers	Asks questions
Design for production	Design for debate
Design as solution	Design as medium
In the service of industry	In the service of society
Fictional functions	Functional fictions
For how the world is	For how the world could be
Change the world to suit us	Change us to suit the world
Science fiction	Social fiction
Futures	Parallel worlds
The “real” real	The “unreal” real
Narratives of production	Narratives of consumption
Applications	Implications
Fun	Humor
Innovation	Provocation
Concept design	Conceptual design
Consumer	Citizen
Makes us buy	Makes us think
Ergonomics	Rhetoric
User-friendliness	Ethics
Process	Authorship
A/B, Dunne & Raby.	

Os projectos destes autores, a sua atitude perante o design, são inspirados nas experiências do Design Radical²⁰ dos anos 1960 e 1970 que a partir dos anos 1980, se diluíram em formas visuais de grande disseminação mediática e foram perdendo o seu propósito (Dunne, Raby, 2013: 6). Acompanhando a sociedade do progresso e fazendo questão de se enquadrar na paisagem tecnológica, o “*speculative design*” articula-se com a tecnologia e com a ciência para desenvolver as suas especulações.

fig.27: Technological Dreams Series: Nº1, Robots, Dunne & Raby, 2007



²⁰ O Design Radical foi uma corrente de design que surgiu em Itália nos anos 1960. Os seus pressupostos passavam por repensar teoricamente o papel do design, questionando os princípios do Modernismo, em particular os do *Good Design*. Os projectos eram de cariz experimental e especulativo, criticando orientações políticas e a economia de mercado da época. Esta corrente era formada por grupos de design e arquitectura como os *Archizoom*, *UFO*, *Gruppo 9999*, ou *Superstudio*.

O “*conceptual design*” surge enquadrado no âmbito de tudo o que é especulativo, lida com cenários irreais centrando-se em ideias que partem de ideais que, por sua vez, pretenderiam moldar a realidade, contrariamente ao praticado no design corrente em que seria a realidade a moldar as ideias (*idem*:12). No design de comunicação são conhecidos os casos do uso de propósitos inexistentes, ou a inversão desses mesmos propósitos, como é o exemplo do colectivo holandês *Metahaven* destacado por Dunne e Raby. Para provocar o debate sobre consumismo e a sua relação com cidadania, a crítica dos *Metahaven* é feita desenvolvendo projectos que usam o tipo de pensamento estratégico e metodologia relacionada com a identidade corporativa (*idem*: 15). Esta é uma estratégia que utilizam também noutros projectos, como a serie de identidades corporativas imaginárias que criaram e que nomearam *Uncorporate Identities*, do qual resultou um livro publicado em 2010.

Outro projecto referido por Dunne e Raby é o *Map of Eneropa* (fig.28) do arquitecto Rem Koolhaas (2010) em que é desenvolvida uma especulação sobre um futuro em que a Europa seria fornecida por uma grelha de energias renováveis partilhadas. Neste mapa os países formam novas regiões de acordo com o tipo de energia que forneceriam.

De todas as especulações abstractas sobre o que poderão ser os futuros sustentáveis, não tinha havido ainda nenhuma tão tangível ou cativante. No mínimo, o seu valor é levar as pessoas a reflectir sobre o que de facto queremos (Moore, 2010).

Tal como o Design Radical no século passado, também estas correntes se encontram num espaço ambíguo entre os projectos artísticos e o design. Além deste argumento, de que, sendo objectos criados com o propósito de serem expostos, estarão mais próximo de ser uma manifestação artística que um objecto de design, Cameron Tonkinwise, num texto com o título *Just Design*, questiona ainda o

que considera ser uma redundância na especificação destas correntes. “O design projecta futuros. O que os designers fazem torna-se nos futuros que habitamos” (2015:2). Os objectos especulativos são sempre objectos concretizados, pelo que se tornam possíveis. Esse é também o pressuposto de Flusser, o de que pelos artificios, e por isso pelo design, transformamos em provável o improvável. Tonkinwise argumenta assim que o que define estas perspectivas, já se encontra inscrito na própria ontologia do design. Tentar distanciá-las da prática corrente do design corre o risco de paradoxalmente se tornar acrítico.

fig. 28: *Map of Eneropa*, Rem Koolhaas, 2010



Já nas formas de visualização de fenómenos da natureza, assentam em parte os desenvolvimentos científicos, mas também, como com outras imagens técnicas, a criação da ideia de mundo natural. As visões do invisível, porque muito pequeno, ou do inapreensível, porque muito grande e muito longe, têm sido trazidas para a “escala humana” pelos aparelhos geradores dessas visões. Quanto maior a diferença de escala necessária para tornar visíveis esses mundos invisíveis, mais complexa se torna a informação que transportam, maior será o conhecimento necessário para reconhecer tais imagens. Os designers têm, pontualmente, contribuído para a interpretação dessas imagens técnicas tentando criar uma narrativa para o reconhecimento e enquadramento dessas visualizações. O filme *Powers of Ten* (fig.29) de Charles e Ray Eames (1977) situa-se hoje como um dos exemplos paradigmáticos dessa tentativa. Partindo da escala real o filme é um *zoom* contínuo em potências de dez, primeiro afastando-se da Terra e depois aproximando-se.

Na relação entre ciência, design e a “nova imaginação”, a visualização de fenómenos científicos já não é só uma questão de escala. É também a possibilidade de representação extrema de fenómenos, que não só não são visíveis a “olho nu”, como também não serão visíveis em qualquer escala. Imagina-se assim algo que se julga saber que existe mas do qual não há prova visível, como visualização da matéria negra (fig.30) reflectindo luz, algo que por definição não reflecte qualquer comprimento de onda.

Fig.29: Fotogramas do filme *Powers of Ten*, Charles and Ray Eames, 1977

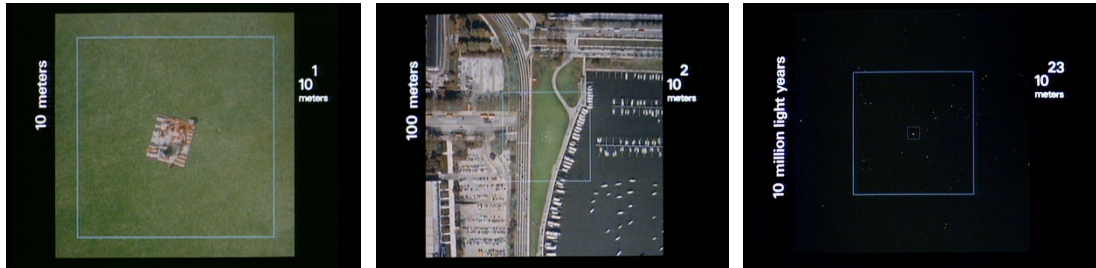
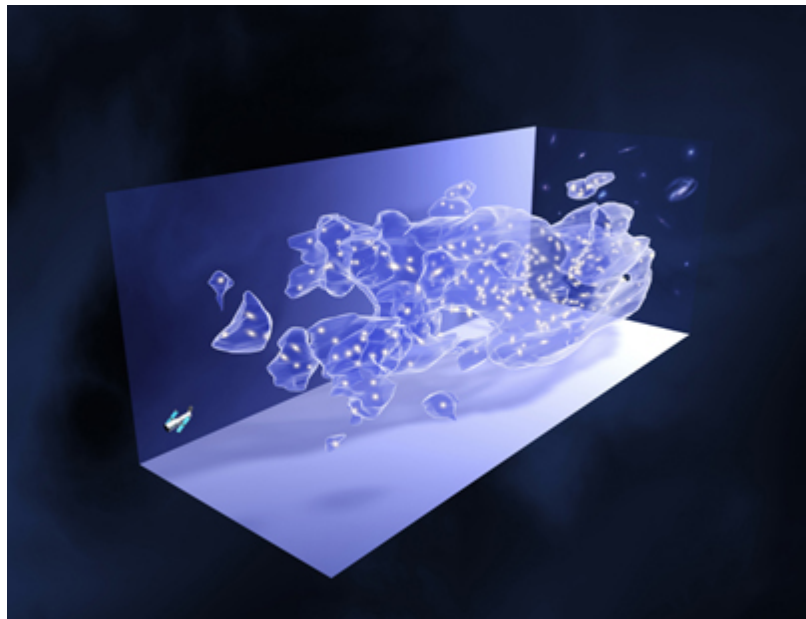
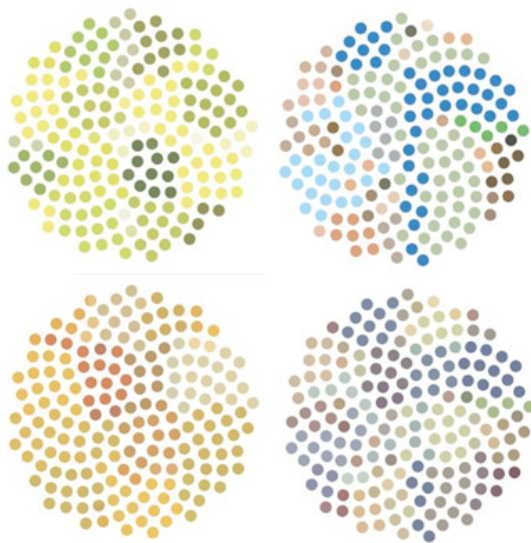


fig.30 Mapa de visualização da matéria negra, Richard Massey e Nick Scoville, 2007



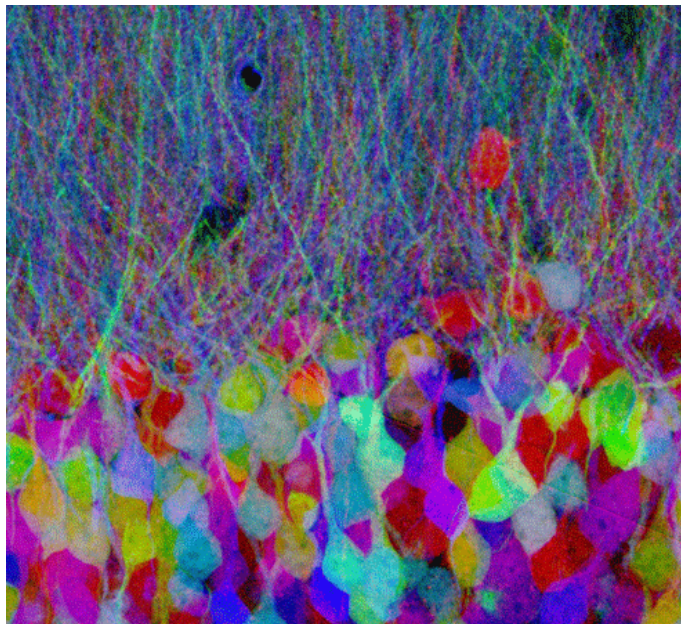
Esta contaminação mútua entre ciência e design assente na informatização de meios parece reconfigurar quer os processos científicos, pela sua incursão no mundo do design, quer os processos de design pela sua incursão no mundo científico. É um movimento porventura análogo ao comentado por José Luís Garcia em *A Arte de Criar Novas Artes, A Bioarte como Arquétipo da Ascensão das Infoartes* (Garcia 2007b:93-107). Por um lado, o design cria representações que se pretendem descritivas do conhecimento científico procurando uma tradução da sua complexidade apreensível por outros. Por outro serve-se da informação científica, dos seus fenómenos, para a criação de designs e representações conceptuais, como a tradução em algoritmos de fórmulas biológicas que por sua vez geram uma imagem. Como o símbolo do *Seed Media Group* criado em 2005 por Stefan Sagmeister (fig.31), baseado no algoritmo da estrutura das *Phyllotaxis* cujo padrão é uma sequência de Fibonacci.

fig. 31: Identidade visual *Seed Media Group*, Stefan Sagmeister, 2005



A ciência, por via destas representações, tem aparentemente assumido características estéticas, tornando-se bela, mesmo aos olhos de quem só vê nas suas imagens representações abstractas sem qualquer índice de relação com o real. São-nos mostradas imagens coloridas, atraentes e misteriosas. Desenvolvido pelo laboratório Jeff Lichtman da Universidade de Harvard, o cérebro dos ratinhos transgênicos *Brainbow* em cujo ADN foram introduzidas proteínas amarela, verde e azul fluorescente, aparece como uma composição visual colorida (fig. 32). As proteínas combinam-se assumindo cerca de 90 tons diferentes de cor e tornando visível o cérebro incluindo as sinapses permitindo assim entender o seu funcionamento.

Fig.32: Microscopia fluorescente do cérebro de ratinhos, *Brainbow*. Jeff Lichtman, 2009

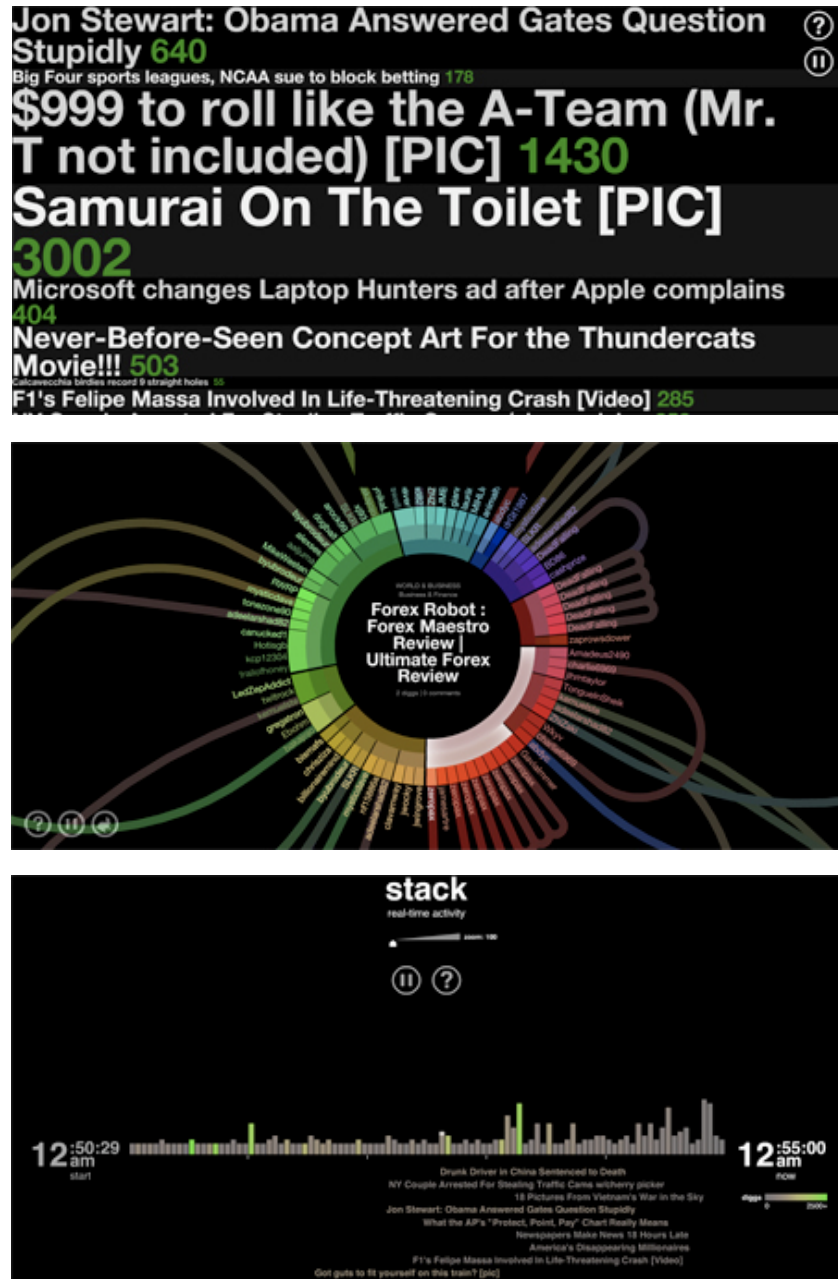


As imagens resultantes impressionam pela sua manifestação estética e abstracta, a qual confiamos ser representante do cérebro dos ratinhos, mas em que não o reconhecemos. Como o título de um dos artigos da revista *Seed* sobre o assunto passamos a uma posição em que “ver é acreditar” (Billings 2008:52) que estes mundos alternativos são o mundo real. Tal como Garcia concluiu ao comentar o trabalho de Eduardo Kac, autor do famoso *GFP Bunny* (ou coelho Alba) em que também foi usada a proteína fluorescente. Neste conjunto de projectos críticos podemos incluir, e Dunne refere-o a dada altura do seu trabalho, a visão da corrente do design crítico e especulativo. A frase de Garcia poderia ser aplicada às formas actuais de representação da informação científica, que se pretendem geradoras de maior conhecimento científico. “Apesar da sua intenção expressa ser suscitar o debate em torno do impacto e riscos da biotecnologia, tal não parece estar a acontecer. Pelo contrário, a sua arte apenas parece levar ao crescimento da aceitação acrítica destes procedimentos científicos” numa manifestação para a qual poderíamos invocar o conceito de idolatria (2007b:101).

Existe na informação desmaterializada, adquirida ou criada informaticamente, uma capacidade de traduzir perpetuamente o código numérico, criando imagens diferentes para a mesma informação. Flusser considera esta capacidade como uma das características definidoras da “nova imaginação”, entendida como propiciadora da condição transparente necessária para a criação de objectos dialógicos. As imagens guardadas na memória informática e tornadas aparentes graças aos ecrãs, podem ser modificadas por qualquer pessoa

numa espécie de diálogo entre a imaginação de cada um e a imaginação introduzida no computador. As imagens modificadas desta maneira podem ser transmitidas a outros criadores de imagens, e estes criadores de imagens podem modificar ainda mais as imagens antes de as devolverem aos seus remetentes originais (Flusser 2002e[1990]:115).

fig.33 Interfaces de visualização da actividade no *website* Digg, Stamen Design, 2008



É a este diálogo que Flusser se refere quando manifesta a convicção de que nos objectos de uso desmaterializados, transparentes, o lado inter-subjectivo está visível.

Lev Manovich também insere este diálogo nas características dos objectos desmaterializados. É um dos seus cinco “princípios dos novos média” ao qual chama “variabilidade”, consequência do código numérico e da estrutura modular dos objectos (2001:36-45). O “princípio da variabilidade” confirma o possível diálogo descrito por Flusser, mas acrescenta a possibilidade de não só a mesma informação assumir diferentes formas (fig.33) mas de a mesma forma servir para diferentes informações. Como os *templates* de *websites* ou blogues, ou até formas que tanto representam informação de dados sobre as hiperligações de uma determinada rede informática ou de uma determinada estrutura biotecnológica. No “princípio da variabilidade” as imagens podem também ter a sua aparência alterada sem que o seu conteúdo mude. O diálogo a que aspira Flusser, apesar da possibilidade dialógica inscrita nos objectos, pode, caso se verifique o “solipsismo tecnológico” de que fala Hermínio Martins (2001:67), não ser mais que uma tautologia perpétua. Perdendo qualquer referência com o mundo natural e material, e, apesar disso, não deixando de ser “completamente convincentes” (*idem*: 66).

Da facilidade na tradução de códigos numéricos em formas múltiplas decorrerá a facilidade de criação de objectos de comunicação múltiplos e redundantes, não estando descurada a sua criação automática. Da facilidade das ligações em rede, decorrerá a possibilidade da distribuição desses objectos. A informação de dimensão material nula impõe bem a sua realidade alternativa que, como Garcia lembra, se torna “autónoma das nossas necessidades” (2007a:230). No catálogo da exposição *Design and the Elastic Mind* Peter Hall, a propósito do interesse recente pelas formas de design de visualização de informação, lembra: “A explosão de dados, trouxe uma estetização da informação, ao ponto de se ter tornado difícil

distinguir entre função e expressão criativa. Gráficos de informação decoram anúncios, arquitectura, revistas, livros, programas de televisão e campanhas políticas. Véus de cascatas de informação, como mostrado em código binário pelo famoso genérico do filme *Matrix* de 1999 tornaram-se o significante definitivo da nossa época” (2008:122).

Pelo menos aparentemente, a desmaterialização da informação, ao contrário do que Flusser intuía, não terá feito, por ora, surgir a responsabilização dos designers pela liberdade dos seus interlocutores.

A Modelação do Mundo pelo Design de Comunicação como Problema Ético

Se o problema do design na contemporaneidade acompanha a sua expansão tal como a seguimos no primeiro capítulo deste trabalho, o seu questionamento ético, de um ponto de vista alargado, surge no discurso teórico sobre a disciplina como decorrência dessa expansão. Essa dimensão ética está subjacente ao longo do pensamento de Flusser que nesta tese se foi desdobrando. Podemos encontrar essa preocupação nas ideias do autor sobre a forma como a cultura por nós produzida programa ou liberta os seres humanos. São particularmente relevantes os seus argumentos pela criação de objectos dialógicos capazes de responsabilizar os designers, sobretudo no que às tecnologias de informação diz respeito.

Entre outros autores, podemos encontrar em Carl Mitcham (1995), Clive Dilnot (2005), Bruno Latour (2008), ou Victor Margolin (2014), a afirmação da ligação entre o reconhecimento que fazem da necessidade da discussão ética do design e a sua expansão. Indo mais longe, Dilnot observa o quanto a necessidade de colocar em questão o carácter do design se relaciona com a “passagem a uma

sociedade fundamentalmente definida pelo artifício” (2005:3), sobre cujo quotidiano o design tem capacidade transformadora.

Mas se é tão importante, porque é que a ética não existe já no design? A resposta simples é que a ética não era necessária no âmbito do design até muito recentemente porque até muito recentemente a actividade conhecida como design não desempenhava um papel proeminente nos assuntos humanos (Mitcham 1995:174).

Contudo, qualquer perspectiva recente, sobre uma ética no design, será sempre devedora de abordagens seminais como a de Victor Papanek em *Design for the Real World* (2011[1970]), ou a de Tomás Maldonado em *La Speranza Progettuale* (1972[1970]), publicadas pela primeira vez no mesmo ano. Os dois livros têm como tema o ambiente e a mudança social. O primeiro é uma contestação feroz ao sistema do design industrial massificado e uma proposta do que deveria ser um sistema industrial baseado nas necessidades sociais e no respeito pelo ambiente.

Hoje, o design industrial colocou o assassinio numa base de produção em massa. Ao desenhar [design] automóveis criminosamente inseguros que matam ou mutilam quase um milhão de pessoas por ano no mundo, ao criar novas espécies inteiras de lixo permanente para atravancar a paisagem, e ao escolher materiais e processos que poluem o ar que respiramos, os designers tornaram-se um espécie perigosa. E as competências necessárias nestas actividades são cuidadosamente ensinadas aos jovens (Papanek 2011[1970]:ix).

O segundo livro, de Maldonado, é uma crítica teórica a uma sociedade em que é discutida a degradação do ambiente humano, as razões profundas filosóficas para essa crise e a contradição entre o desenvolvimento tecnológico e o social. Uma das razões apontadas por Maldonado é a falta de confiança no projecto enquanto intenção e planeamento e a inexistência deste último. O teórico apela a uma ecologia crítica por via do projecto, ou seja à esperança projectual. Só uma revolução que em vez de dissidente, sem esperança, seja projectual.

Os apelos contemporâneos à discussão ética do design têm em consideração o problema da massificação industrial, do ambiente e da relação com os impactos sociais. Mas têm também em conta, como vimos a partir da expansão do design, a maior complexidade abstracta dos nossos meios e da nossa sociedade de comunicação que se traduzem em valores que não são exclusivamente os das consequências directas dos objectos, mas o da transformação dos próprios valores.

Os problemas da vivência distanciada, ou objectificada, discutidos nos segundo e terceiro capítulos desta tese, assim como a relativização dos valores daí decorrente, ou o mundo semântico da comunicação e a questão da desmaterialização, vêm amplificar os dilemas evidenciados por estas duas obras. Das formas de modelação do mundo pelo design, e, mais especificamente pelo design de comunicação, resultam implicações que requerem que nos debrucemos sobre a sua perspectiva ética.

Desvalorização

Quer pela estreita relação da história do design com o surgimento da economia política, quer pela abordagem das teorias que discutem uma predominância da atenção à superfície dos objectos de design, quer pelas referências a perspectivas ideológicas, a questão do valor tem estado subentendida ao longo deste trabalho. Assinalemos no texto de Flusser “About the Word Design” - já aqui trabalhado - as pistas disponibilizadas para o entendimento da assunção contemporânea de protagonismo pelo design são abaladas pela constatação de que, não obstante a importância da palavra design, a relação social com os objectos de design representa uma “desvalorização de todos os valores” (1999a[1993]:20). No seu exemplo das canetas de plástico, Flusser alude à natureza praticamente gratuita das mesmas, ao facto de o seu material ser destituído de valor, e ao seu fabrico por métodos automatizados, não obstante as reconhecer como o resultado da conjugação de grandes

ideias e de ser o seu design a conferir-lhes algum valor pela capacidade funcional de escrever. Porém estas canetas, como grande parte dos objectos, sendo fabricadas por máquinas, ou aparelhos, não requerem trabalho humano (no sentido de transformação de matéria de que fala Flusser) que é fonte de valor. Flusser refere, pois, a perda dos valores da economia política, por um lado, da matéria-prima, do trabalho, do valor de uso, como base do valor de troca, e por outro lado a perda dos valores morais fundamentais.

É verdade que uma vez quebrada a barreira entre arte e tecnologia, se abriu um novo horizonte, que nos permitiria criar *designs* sempre mais perfeitos, libertar-nos sempre mais da nossa condição, viver sempre de forma mais artística (mais bela). Mas o preço que pagamos por isso é a perda de verdade e autenticidade (Flusser 1993b:12)

A maior perfeição dos artefactos, graças à re-união entre arte e técnica, à sua funcionalidade estética, proporciona-nos uma vivência mais abstracta. Vivendo num mundo totalmente artificializado, tomaríamos consciência de que os seus objectos também nos limitam e não nos salvam da morte (manifestação última da natureza). Contribuindo essa noção, essa perda de fé nos objectos para a sua desvalorização (*ibid.*). A questão da desvalorização do mundo material é contraposta com uma valorização da informação. Esta não oferece a imortalidade da ilusão da criação de artefactos, mas sim o que de mais próximo há. A permanência, a passagem de geração em geração.

Outros autores, conquanto procedendo de diferentes perspectivas, escreveram sobre a questão da depreciação dos valores, mas referindo-se igualmente à sua trasladação para outro tipo de axiologia. Walter Benjamin, Jean Baudrillard, Hal Foster tocam, num ou noutro momento das suas obras, em pontos do percurso feito por Flusser para explicar a desvalorização. Em Portugal, num estudo sobre a centralidade de Simmel para um diagnóstico inicial de uma sociedade mediada pela técnica em “Sobre as Origens da Crítica da Tecnologia na Teoria Social”

(2003), José Luís Garcia refere-se a uma desvalorização dos objectos como efeito da sua conversão em valor de troca monetário. A partir do momento em que o valor de uso de um objecto passa a ser quantificado artificialmente – “revalorizado” - gera-se, porque codificado, uma abstracção desse objecto.

Assim, o movimento próprio da circulação do dinheiro consiste num processo que desvaloriza a essência singular de cada objecto em ordem à sua posterior revalorização como dinheiro. Esta revalorização transforma finalmente o objecto num signo desvalorizado, no sentido inespecífico e quantitativo (*idem*:104).

Nesta análise, Garcia destaca o tratamento do dinheiro por Simmel como valor de troca/signo encontrando uma antevisão do conceito de “economia política do signo” de Baudrillard (Baudrillard 1995[1972]).

No entanto, se o dinheiro se estabelece como uma dimensão da abstracção e consequente desvalorização dos objectos no sistema económico, Baudrillard propõe outra dimensão, do lado do design, na “economia política do signo”. Como já abordado acima, Baudrillard encontra no funcionalismo, tal como imposto pela Bauhaus, uma causa da semantização do meio ambiente construído e, assim, da transformação do valor dos objectos em valor de troca/signo. A funcionalidade nos objectos coloca-se, pois, como uma tentativa artificiosa de quantificar o processo de design, de tornar concreta uma correspondência a uma utilidade que por si, e para Baudrillard, também não é quantificável. Desta forma, a funcionalidade torna-se o código instituído que semantiza os objectos e permite a atribuição do valor de troca, implementando simultaneamente um modelo estético (*idem*: 198-199). Consciente de que nem todas as correntes do design são funcionalistas e que poderá ser argumentado que também os objectos fruto dessas correntes se constituem em valor de troca, Baudrillard considera-as, porém, consequência da hegemonia da teoria da Bauhaus. Nuns casos (como no pós-modernismo) por reacção

a essa hegemonia, noutros casos por aproveitamento e assunção do estatuto de signo conseguido pela Bauhaus para o design.

Qualquer daqueles casos não impede, antes pelo contrário, que a pretensão totalizante do design da Bauhaus se consagre, impondo o modelo operacional do valor de troca signo. Baudrillard é implacável na sua análise: tudo se insere na esfera do design “o corpo é designado; a sexualidade, as relações humanas, sociais, políticas são designadas. (...) É o triunfo prático da economia política do signo, é o triunfo teórico da Bauhaus” (*idem*:209). Actualizando esta constatação, Hal Foster escreve: só no presente “pan-capitalista” o design total é verdadeiramente alcançado, graças à perpétua reconfiguração dos objectos, à embalagem que, em muitos casos, substitui o objecto, particularmente em objectos de design sem existência material veiculados por essa ciência da embalagem que é o *branding*, e pela centralidade da indústria dos média (Foster 2003:13-26). O que muda, para Foster, é o aperfeiçoamento do mundo diagnosticado por Baudrillard, o design parece assumir-se, mas sempre como discurso que alimenta o “valor de troca/signo” formando um “circuito quase perfeito de produção e consumo, sem grande espaço para mais nada”. Abrangendo todos os campos: “Cirurgia de design, drogas de design, bebés de design”, hotéis design. Já é conhecida a sua frase “from jeans to genes” (*idem*:18).

À perda de autenticidade na relação com o mundo, à desvalorização considerada por estes autores da essência única dos objectos, podemos, analogamente, associar a desvalorização da “aura” de Walter Benjamin. Na sua caracterização dos efeitos da reprodução técnica em “A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica” (1992[1936]:71-110) é possível entender ainda outras possibilidades de enquadramento da questão levantada por Flusser. Como o próprio Benjamin refere, esta caracterização não se aplica exclusivamente às obras de arte, e o design deve a sua condição à possibilidade da existência a partir da reprodução

técnica. A autenticidade a que alude Flusser reside, para Benjamin, na singularidade e na temporalidade existencial, naquele caso, da obra de arte, no seu “aqui e agora” que define a “aura” e lhe atribui o “valor de culto” que será desvalorizado pela reprodução técnica. Processa-se esta desvalorização pela eliminação da percepção de uma existência única no tempo, comprovada por uma história material única, em simultâneo com a aquisição de uma forma de ubiquidade das obras reproduzidas que massifica o acesso às obras de arte (*idem*:77). Assim, a perda da “aura” operada pelo design pode ser, no mundo construído, e em associação com a reprodução, tornada equivalente a uma perda de singularidade e verdade dos objectos artesanais. Inversamente, a reprodução técnica, “ao multiplicar o reproduzido, coloca no lugar de ocorrência única a ocorrência em massa. Na medida em que permite à reprodução ir ao encontro de quem apreende, actualiza o reproduzido em cada uma das suas situações” (*idem*:79). O “valor de exposição” surge assim como substituto progressivo do “valor de culto”.

Como arte cuja identidade assenta na sua reprodutibilidade técnica, Benjamin vê no cinema um exemplo paradigmático da recepção da arte reproduzida tecnicamente na qual não se distingue o autêntico, e em que é possível verificar o afastamento do “valor de culto” pelo “valor de exposição”. Os actores de cinema, por oposição aos do teatro, são levados até aos espectadores, em diferentes locais simultaneamente - a ocorrência deixa de ser única - e são actualizados historicamente - cada representação é igual à outra, sem as alterações subtis do teatro. “Mas agora a imagem é separável da pessoa, é transportável. E para onde é transportada? Para diante do público” (*idem*:94,95).

Arrisca-se, neste ponto, trasladar estes conceitos para a comunicação em geral e especificamente para o design de comunicação. O design transporta o mundo que comunica para o público, e graças à sua reprodutibilidade, supostamente aproximará esse mundo dos indivíduos, possibilitará um conhecimento que de outra

forma estaria distante. Um objecto de design de comunicação separa visualmente uma representação formal do conceito, ou coisa representada. Poderemos tomar como exemplo (para continuar no tema) um cartaz de divulgação de uma peça de teatro: não é a própria peça nem os actores, nesse sentido separa-se do autêntico, mas podemos considerar que permite a aproximação, possibilitando o conhecimento da sua ocorrência e do que a identifica, leva, de uma outra forma a peça ao público. Nesse sentido aproximar-se-á a peça de teatro, mais pessoas terão conhecimento da peça do que aquelas que a forem ver, atribuindo “valor de exposição” à peça de teatro sendo que o design do cartaz tem em si inscrito o “valor de exposição” por via da sua impressão múltipla. Tal como o cinema, também o design de comunicação - neste caso através do cartaz - não pressupõe uma existência única no espaço nem no tempo, actualizando-se em cada exemplar do cartaz e actualizando a própria peça de teatro.

Se Flusser encontra como explicação para a posição do design no mundo a mudança paradigmática que permitiu ao homem ver-se como ser criador, também a tomada de consciência de que, nas suas palavras, “ser um ser humano é um design contra a natureza” (*idem*:19), é vista como nova mudança. Existindo um reconhecimento da capacidade humana de ultrapassagem das limitações impostas pela natureza, o que retira valor à sua produção é a consciência que se vai instalando, permitida pelo significado da palavra design, de que estes objectos são ilusórios. A noção de que todos seremos uma espécie de ilusionistas iludidos. Nos seres humanos com consciência do artifício e de como nele estão inseridos ao ponto de agirem em sua função poderá, como foi dito, ocorrer um processo de resistência.

Uma tendência para transferir os valores pré-aparelhísticos para o aparelho. Por exemplo: o valor do diálogo aberto, o valor da amizade, o valor da busca pela verdade, o valor de busca da realização de si mesmo na obra. Estes valores são humanos e não cabem dentro do aparelho (Flusser 1969b:3)

Dilema moral e responsabilidade

Ora, a contradição acima descrita configura, na nossa perspectiva, um dilema fundamental para o design, particularmente sob as condições da sociedade de informação. Por um lado, a complexidade dos objectos, dos aparelhos e a abstracção do real em signos organizados por códigos visuais operam a desvalorização comentada nas últimas páginas. Por outro lado, a modelação, quer do nosso quotidiano, quer da nossa condição humana pelo design, implica que se considere a dimensão ética dos objectos de design. Os valores em que este interfere.

Consideremos a questão da influência moral sobre o quotidiano e sobre as acções e decisões imediatas. Quanto à primeira interferência, sobre a vida quotidiana, podemos entender que a dimensão ética num objecto de design assume uma importância declarada no momento em que (regressando ao capítulo 4) se constitui como obstáculo, ou seja, no momento em que gera um problema. Este obstáculo pode ser apenas um impedimento à utilização do objecto ou à sua compreensão e tal enquadra-se dentro dos princípios do *bom design*. A ideia de que existe um bom e um mau design faz pressupor que já existe uma ética relacionada com a prática do design (Latour 2008:5). Mas o obstáculo pode também ser um problema moral como o da insegurança automóvel de que fala Papanek em que está em causa o valor da vida. Ou ainda a interferência noutra tipo de escolhas ou acções consideradas mais relativas, como decisões sobre a saúde ou uma qualquer outra forma de bem-estar. Existe ainda a questão de essas escolhas ou acções, que os objectos medeiam, terem apenas influência em quem os usa ou noutros indivíduos.

Baseando-se na teoria actor rede em cuja definição participou nos anos 1980²¹, o sociólogo Bruno Latour explora a possibilidade de, pelo design, os artefactos poderem substituir-se à acção humana no seu artigo “Where Are the Missing Masses? The sociology of a few Mundane Artifacts” (1992:151-180). O comportamento dos seres humanos poderia ser promovido por esta via, de forma a que estivesse de acordo com determinados valores. Latour exemplifica a ocorrência dessa imposição sobre a acção humana com os cintos de segurança nos automóveis ou com as portas nos edifícios que é necessário fechar. Neste caso os dispositivos tecnológicos comportar-se-iam como ‘actantes não humanos’ em colaboração com os ‘actantes humanos’.

A influência dos objectos sobre as pessoas processa-se a partir daquilo que o autor chamou de ‘script’ (guião) que vai prescrevendo determinadas acções. O sinal sonoro que apita constantemente se o condutor de um automóvel não colocar o cinto de segurança, ou até o caso em que o cinto de segurança é automaticamente colocado quando a porta do automóvel é fechada, entendem-se como guiões que prescrevem um comportamento moral. A imposição do uso do cinto de segurança, em que a escolha de não o usar obriga a que se oiça um som permanente enquanto dura a viagem, ou que liminarmente não seja possível conduzir o automóvel (*idem*:152). No exemplo das portas que com o auxílio de uma mola se fecham depois da passagem do indivíduo, mas que oferecem também resistência à sua passagem dando consciência de que a porta se vai fechar, porém desobrigando-o de a fechar ele mesmo, prescreve-se a moral da boa educação.

²¹ Com Michael Callon e John Law. Na teoria actor rede os artefactos são parte da rede de actores que estrutura a sociedade a par das pessoas e instituições. Considera-se nesta teoria que o comportamento dos artefactos tem um papel equiparado ao dos restantes actores.

A esta desobrigação de uma acção moral por parte dos indivíduos, chama Latour “delegar nos não humanos”, estes imporiam um comportamento aos humanos. Escreve que nenhum humano é tão moral como uma máquina e que será devido a esta moralidade que os seres humanos se comportam eticamente (*ibidem*).

A influência sobre a acção ou sobre as decisões para a acção humana e as maneiras de introduzir formas específicas de moralidade no design de objectos são discutidas por Verbeek no seu livro *Moralizing Technology: Understanding and Designing the Morality of Things* (2011). Recusando a dialética da opressão vs libertação da tecnologia, a sua posição pretende “desenvolver formas de assumir responsabilidade pela nossa existência tecnicamente mediada” (*idem*:158). Não obstante ser referido no início do livro o exemplo das tecnologias de diagnóstico médico, e da sua influência moral na tomada de decisões (*idem*:1-3), Verbeek, assim como Latour, parece prestar mais atenção à mediação física dos artefactos.

Em *Tecnópolis: A vida Pública dos Artefactos Tecnológicos*, Verbeek (2006:1105-1125) enquadra o problema da mediação dos artefactos em geral. Nele o autor propõe a “contribuição activa do papel da tecnologia na reformulação da vida pública” como meio de resolver a “crise da cidade”, sugerindo a concepção de artefactos moralizadores da acção e da vida pública. Recusando as perspectivas que encaram a tecnologia como um meio neutro, ou, inversamente, como “fontes de alienação” destruidoras da existência humana, Verbeek utiliza o conceito de mediação tecnológica “para revelar como as tecnologias contribuem activamente para moldar as acções e experiências dos homens” (*idem*:939). Esta é uma abordagem fenomenológica, no sentido em que é entendido no artigo que o homem e o seu mundo são codeterminados entre si, constituindo-se mutuamente, não sendo possível negar a interrelação entre os homens e a realidade. A perspectiva fenomenológica é usada no seu artigo como um “enquadramento para a análise da influência da tecnologia no comportamento humano. Nesta mesma relação

entre homens e mundo, os artefactos tecnológicos podem desempenhar um papel mediador” (*idem*:1112).

Recorrendo a conceitos explorados por Don Ihde e Latour, devedores, por sua vez, dos conceitos seminais de Husserl, Heidegger e Ponty, o autor distingue duas direcções fenomenológicas para classificar a relação de mediação entre os seres humanos e a realidade, já anteriormente aprofundadas no livro *What Things Do* (Verbeek 2005). Em cada uma destas direcções, “mediação da percepção” e “mediação da acção”, a relação homem-mundo é caracterizada a partir de diferentes perspectivas. A fenomenologia assente na percepção, hermenêutica, direcciona-se para a forma como o mundo, a realidade, se apresenta ao homem e pode ser interpretada, enquanto na mediação da acção, esta perspectiva fenomenológica assente na praxis, existencial, direcciona-se para a forma como o homem se constitui no mundo, como “realiza a sua existência”, como actua, em contraponto com a perspectiva hermenêutica. Parte-se, no texto, para a caracterização da mediação da percepção, da noção de “técnicas hermenêuticas” incluídas numa fenomenologia da técnica proposta por Ihde (1990:80-97), esta mediação tecnológica da percepção transforma o que percebemos da realidade ampliando e reduzindo determinados aspectos. Observando uma árvore por meio de uma câmara de infravermelhos perdem-se muitas das características observadas a olho nu, mas ganha-se a observação de outras características, o que de outra forma não seria possível. A esta mediação Ihde chama intencionalidade tecnológica, no entanto, para Ihde, ela também depende da interpretação das tecnologias que é feita pelos seres humanos. A realidade é assim mediada pelos instrumentos, mas igualmente pela interpretação que se faz deles e da informação que apresentam, sendo por isso, co-definida (Verbeek:2006: 1114,15).

Verbeek recorre ao conceito de “guião” de Latour (1992) para caracterizar a mediação da acção pelas tecnologias. O guião pode ser comparável à intencionalidade tecnológica já referida para a mediação da percepção. É referido o exemplo de uma lombagem na estrada que pressiona os condutores a abrandar, sob pena provocar um solavanco e de danificar o automóvel (Verbeek:2006: 115,16). Infere-se, portanto, que a mediação da percepção se entende ser feita por sugestão, enquanto a mediação da acção será exercida por imposição. Verbeek distingue assim o tipo de objectos que medeiam a percepção daqueles que medeiam a acção, excluindo desta última tipologia os objectos de design de comunicação.

Os objectos medeiam a acção enquanto coisas materiais, não enquanto signos imateriais. Um sinal de trânsito obriga as pessoas a abrandarem de forma bastante diferente, se é que alguma vez o faz. Não descartamos um copo de plástico porque tal esteja inscrito no seu manual de instruções, mas porque fisicamente não suporta ser lavado várias vezes. A influência da tecnologia sobre a acção é de natureza não linguística. Os objectos conseguem exercer influência enquanto coisas materiais e não apenas enquanto portadoras de sentido (*idem*:1116).

Neste sentido, parece ser a percepção a categoria que melhor se adequa ao problema da mediação imediata dos objectos de design de comunicação. É certo, como observa Verbeek, que por via da comunicação não existe um efeito imediato na acção. É, no entanto, razoável afirmar que a mediação para a acção existe no design de comunicação. No quarto capítulo recorreremos ao discurso de Moles sobre esta matéria, e pudemos, também pela análise retórica, perceber como foi influenciada a acção no caso dos boletins de voto. Em termos morais esta interferência parece ter duas características.

Em primeiro lugar proporciona uma intervenção moral menos categórica, e este foi assunto do artigo de Verbeek da revista *Open* a relação entre arte e democracia das coisas (2012:18-27). Uma intervenção em que aquele que interage com o objecto tem sempre escolha. Como o exemplo do uso de pequenas aplicações

com a imagem de uma mosca ou outros sinais nos urinóis das instalações sanitárias masculinas do Aeroporto de Schiphol na Holanda com o fim de as manter limpas. A revista *Works that Work* (WTW) dedicou um artigo a este fenómeno no seu primeiro número (Evans-Pritchard 2013). Aí é explicado como se percebeu que os utilizadores das instalações teriam tendência a apontar à imagem da mosca quando urinavam o que, se colocada no local certo, permitiria que não houvesse salpicos de urina à volta do urinol (fig.34). No artigo da WTW é atribuída importância ao tipo de imagem que é colocada no urinol. Uma vez que se pretende que quem o utiliza tente instintivamente fazer pontaria para essa imagem. Os exemplos noutros locais incluem bandeiras de golfe, ou a de um local na Islândia que, por altura da crise de 2008, usava imagens dos banqueiros responsáveis pelos bancos que deram origem à crise naquele país. Neste ponto podemos considerar que a própria percepção pode ter influência nas acções, como em textos posteriores o próprio Verbeek vem a considerar. Alguma evolução parece ir nesse sentido, quer como decorre do exemplo da ecografia que aparece no seu último livro, quer a admissão de que o aspecto moral pode não ser imposto, o que levantaria o problema.

fig.34: Urinol no aeroporto do Amesterdão



A segunda característica da intervenção intencionalmente moral para a acção por via da comunicação pode ser a de nem sempre essa intenção ser transparente e, portanto, a escolha de quem usa os objectos não ser absolutamente informada. O intuito moral será a manutenção da higiene num espaço publico que é partilhado por uma grande quantidade de pessoas. Só por si este pode ser considerado um valor numa sociedade como a nossa, porém o objectivo último, como declarado pelos responsáveis das instalações, é a redução dos custos de limpeza. De um ponto de vista pragmático poder-se-á também pensar que se a intenção moral for anunciada, poderá não ter o efeito desejado na acção.

Seguindo a lógica da sugestão moral, recentemente, investigadores do *Cornell Food and Brand Lab* (Wansink and Love 2014:137-143), depois de estudarem a forma como os indivíduos tipicamente lêem os menus dos restaurantes, vieram propor que estes menus fossem concebidos de forma a que a alimentação saudável fosse preferencialmente escolhida pelos clientes, argumentando que tal teria igualmente efeitos no retorno financeiro dos estabelecimentos. O design destes menus (fig.35) deveria assim, não só colocar os pratos mais saudáveis (de acordo com os seus parâmetros) em posições estratégicas do menu, como usar técnicas visuais que os destacassem. Além da alteração dos nomes dos pratos para que se tornassem mais apelativos para quem escolhe, ou a aumentar o valor percebido dos pratos mais saudáveis com técnicas já usadas por restaurantes para insinuarem que o valor do prato é menor, como retirar o símbolo da moeda (\$ ou €). Mas para Wansink, citado em artigo da *Co.Design* “O maior impacto tanto em margens de lucro como na saúde dos clientes pode ser conseguido usando tipografia bem escolhida, cores fortes, e técnicas de composição visual inteligentes” (Brownlee 2014).

Um estudo mais aprofundado da relação causal entre o Design de Comunicação e a acção encontrará, decerto, outros tipos de efeitos na acção, porventura mais indirectos ou não tão imediatos, como os mapas e a forma como orientam a escolha de percursos, ou acções que resultam mais de uma persuasão. Com efeito, os objectos de design de comunicação constituem-se essencialmente por signos e operam uma produção de sentido que medeia a percepção, porém, mesmo por esta via, existem efeitos reais na acção que devem ser tidos em conta no estudo sobre o papel do Design no mundo contemporâneo.

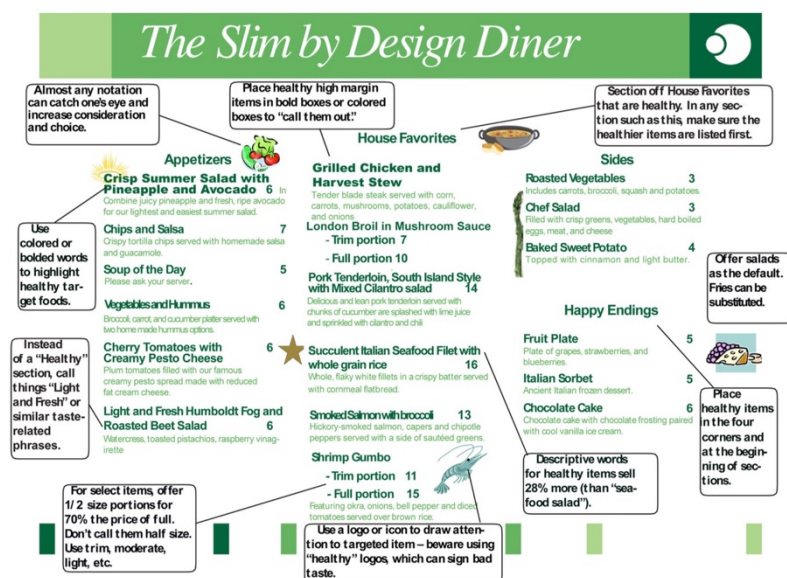
Não obstante estes dois exemplos cumprirem os requisitos do que se entende por “nudge” design, que conduziria suavemente o indivíduo a fazer a escolha “moral”, inscrevem-se também na noção de delegação nos não humanos (Latour 1992). Usando-se assim os objectos de design como delegados não pensantes de valores que, embora possam ser considerados universais, assumem uma característica arbitrária, apenas porque esta é imposta assim que são delegados.

Podemos pensar que a hipótese, proposta por Latour e por Verbeek, de delegar a moralidade nos objectos (sejam eles aparelhos ou outros mais simples), teria que aceitar qualquer pessoa que o utilizasse dessa forma, detendo características de funcionário nato (segundo a definição de Flusser). Promovendo não a liberdade mas a manutenção da qualidade de funcionário. Na realidade estes objectos com moral poderiam ser o aparelho perfeito que transforma realmente os seres humanos naquilo que devem ser. Mas pela perspectiva dos outros, dos que programam (e nem todos programam). Retirar-se-ia assim a possibilidade dialógica e de libertação do aparelho.

A delegação da responsabilidade e da moral, para que tenha influência na acção humana e no modo de vida, enquadra-se na ideia da ética “consequencialista” aplicada ao design sobre a qual Carl Mitcham escreve (1995:173-189). É inerente ao design enquanto prática que a intenção num projecto inclua um efeito

pragmático que culminará na actividade. Recordemos aqui a definição de qualidade em design gráfico de Frascara já referida no quarto capítulo. Esta é “medida pelas alterações que produz na audiência” (Frascara 1995[1988]:49). Uma ética do consequencialismo em design “remeteria o carácter moral da acção para a bondade ou maldade dos seus resultados” (Mitcham 1995:180). O problema com esta acepção, segundo Mitcham, é a dificuldade de medir as consequências totais de um design, porque estas não ocorrem apenas no efeito na acção imediata, mas também em segundo, terceiro, ou mais graus, “tornando as consequências remotas difíceis de prever” (*idem*:181). Fiel à sua característica dual arte/técnica, o design transporta uma duplicidade que dificulta igualmente a sua avaliação ética. Por um lado, os objectos de design são avaliados pela sua eficiência no cumprimento dos seus intentos, por outro lado procura-se uma profundidade de significado na sua forma (*idem*:182).

fig.35 Proposta tipo de menu de restaurantes para promover alimentação saudável, Cornell Food and Brand Lab, 2014



A improbabilidade do bom e o bom design

A transferência intencional dos valores humanos para os objectos de uso, com a intenção de que estes por sua vez imprimam um comportamento moral nos indivíduos é um problema existencial do design que Flusser enuncia no ensaio “War and the State of Things” (1999j[1993]:30-34). Imaginando uma transposição para o design da recomendação de Goethe que o Homem seja “nobre, generoso e bom”, Flusser propõe debater o design a partir da formulação adequada às características do bom design de que este seja “elegante, *user-friendly*, e bom”, o que dotaria o ser humano destas mesmas qualidades. A simultaneidade das três qualidades num mesmo objecto de design vem colocar um dilema assim exemplificado: Uma faca corta-papel deverá ser elegante, isto é, “excepcional sem ser intrusiva”, fácil de manusear (*user-friendly*), e eficiente para cortar papel (boa).

Esta perspectiva de Flusser não deixa de resumir bem os princípios do bom design que, não obstante terem tido alguma evolução, têm a sua representação mais conhecida nos dez princípios do bom design de Dieter Rams (fig.36), desenvolvidos pelo designer durante os anos 1960.

Os 10 princípios do bom design de Dieter Rams:

- O bom design é inovador.
- O bom design torna um produto útil.
- O bom design é estético.
- O bom design torna o produto compreensível
- O bom design é não intrusivo.
- O bom design é honesto.
- O bom design é duradouro.
- O bom design é minucioso até ao último detalhe.
- O bom design é amigo do ambiente..
- O bom design é o menos design possível.

fig.36: Cartaz com os dez princípios do bom design de Dieter Rams, Studio Bibliothèque para Vitsoe, 2009

**Dieter Rams:
Die zehn Thesen
des Braun
Produktdesign**

Die Grundüberlegungen, die meine Arbeit als Designer bestimmen und die die Grundzüge meiner Design Philosophie darstellen, wurden von mir in zehn Thesen formuliert. Eine unumstößliche Festbeschreibung sollen und können sie jedoch nicht sein, denn die Vorstellungen, was gutes Design ist, entwickeln sich weiter – so, wie sich Technik und Kultur weiterentwickeln.

1

Gutes Design ist innovativ

Die Möglichkeiten für Innovation sind noch längst nicht ausgeschöpft. Die technologische Entwicklung bietet immer wieder neue Ausgangspunkte für innovative Gestaltungskonzepte, die den Gebrauchswert eines Produktes optimieren. Innovatives Design entsteht aber stets im Zusammenhang mit innovativer Technik und ist niemals Selbstzweck.

2

Gutes Design macht ein Produkt brauchbar

Man kauft ein Produkt, um es zu benutzen. Es soll bestimmte Funktionen erfüllen – Primärfunktionen ebenso wie ergänzende psychologische und ästhetische Funktionen. Gutes Design optimiert die Brauchbarkeit und lässt alles unberücksichtigt, was nicht diesem Ziel dient oder gar entgegensteht.

3

Gutes Design ist ästhetisch

Die ästhetische Qualität eines Produktes ist integraler Aspekt seiner Brauchbarkeit. Denn Geräte, die man täglich benutzt, prägen das persönliche Umfeld und beeinflussen das Wohlbefinden. Schön sein kann aber nur, was gut gemacht ist.

4

Gutes Design macht ein Produkt verständlich

Es verdeutlicht auf einleuchtende Weise die Struktur des Produktes. Mehr noch: es kann das Produkt zum Sprechen bringen. Im besten Fall erklärt es sich dann selbst.

5

Gutes Design ist unaufdringlich

Produkte, die einen Zweck erfüllen, haben Werkzeugcharakter. Sie sind weder dekorative Objekte noch Kunstwerke. Ihr Design sollte deshalb neutral sein, die Geräte zurücktreten lassen und dem Menschen Raum zur Selbstverwirklichung geben.

6

Gutes Design ist ehrlich

Es lässt ein Produkt nicht innovativer, leistungsfähiger, wertvoller erscheinen, als es in Wirklichkeit ist. Es versucht nicht, den Verbraucher durch Versprechen zu manipulieren, die es dann nicht halten kann.

7

Gutes Design ist langlebig

Es vermeidet modisch zu sein und wirkt deshalb nie antiquiert. Im deutlichen Gegensatz zu kurzlebigen Mode-Design überdauert es auch in der heutigen Wegwerfgesellschaft lange Jahre.

8

Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail

Nichts darf der Willkür oder dem Zufall überlassen werden. Gründlichkeit und Genauigkeit der Gestaltung sind letztlich Ausdruck des Respekts dem Verbraucher gegenüber.

9

Gutes Design ist umweltfreundlich

Das Design leistet einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Umwelt. Es bezieht die Schonung der Ressourcen ebenso wie die Minimierung von physischer und visueller Verschmutzung in die Produktgestaltung ein.

10

Gutes Design ist sowenig Design wie möglich

Weniger Design ist mehr, konzentriert es sich doch auf das Wesentliche, statt die Produkte mit Überflüssigem zu befrachten. Zurück zum Puren, zum Einfachen!

Copyright
© 2009
Dieter Rams, 2009
Studio Bibliothèque
für Vitsoe

VITSOE

Porém, o corta-papéis pode ser bom demais, pode cortar tão bem que corta igualmente os dedos do seu utilizador (*idem*:30).

Nesse caso o problema seria com a qualidade “bom”. Num segundo exemplo, Flusser refere-se aos mísseis de guerra. Estes são sofisticados e têm formas que os fazem pressupor elegantes, são fáceis de usar, estão à disposição, e são bons porque extremamente eficazes, matam bem, tornando-se progressivamente melhores à medida que matam exclusivamente os envolvidos na guerra, eliminando os “danos colaterais”. Porém o conceito de bom está também relacionado com bondade. E tal entra em contradição com o bom da eficiência. Regressamos aqui aos capítulos anteriores para recordar a essência do design em Flusser, a do artifício, que representa a ilusão de que se transforma alguma coisa, a intencionalidade tem sempre um propósito. Também cada objecto de design consiste sempre num obstáculo. Nesta acepção um objecto de design não pode incorporar e exercer o bem puro. “Não se pode ser intrinsecamente bom e ao mesmo tempo bom para alguma coisa” (*idem*:32). A única possibilidade para ser absolutamente bom é não projectar, não ter intenções.

Este parece ser um dilema irresolúvel. De um lado a “guerra e uma vida elegante, fácil de usar entre bons objectos” de outro, “paz duradoura e uma esqualida vida inconveniente entre objectos que não funcionam” (*ibidem*). E, no entanto, “insistimos (...) que o designer deve ser nobre, generoso e bom” (*idem*:34). O exemplo da discussão ética em design que seguimos até este ponto, e que tem sido desenvolvida ao longo da história, representa bem aquelas palavras de Flusser. A única forma de bem puro, parece ser não projectar e, portanto, contentarmo-nos com as condições existentes de vida. Maldonado vê esta atitude como uma dissidência, contrária à característica projectual inerente ao design. A capacidade de

projectar, pressupõe a capacidade de imaginar o futuro, a capacidade da esperança. Escolher não projectar é, para Maldonado, uma possibilidade perigosa. Numa sociedade de consumo, escolher não projectar nessas condições significa rejeitar a esperança, podendo parecer mais um acto de consentimento que de dissidência.

De facto, a rejeição completa de qualquer forma de design é um tipo de comportamento com dois lados. Por um lado é certamente um acto de dissidência aberta, que repudia o que na nossa sociedade continua a fazer-se passar como a única forma exequível e válida de design, *viz.* o design como uma actividade que procura fazer proliferar objectos artificialmente, e depois tornar o seu universo agregado mais denso e maior, também artificialmente. Mas por outro lado, devemos também vê-lo como um acto de consentimento da nossa sociedade, porque afinal de contas coincide com a atitude corrente prevalecente de renúncia - a atitude de abstenção e até de obstrução para com um tipo de design oposto ao anterior: quer dizer, design que procura abrir um horizonte de acção que seja articulado, coerente e socialmente responsável pelo ambiente humano e o seu destino (Maldonado 1972[1970]:31).

Responsabilidade e liberdade

No dilema moral no design está, portanto, em causa a consideração dos efeitos, quer sobre a acção, quer sobre a condição cultural humana. As tentativas de incorporação de valores morais nos objectos de design, com o fim de moralizar a acção humana, requerem primeiro uma decisão prévia sobre essa interferência moral no quotidiano dos eventuais destinatários dos objectos de design. Mesmo quando essa interferência moral é apenas uma mera sugestão, só o será realmente se essa sugestão for declarada.

Todavia, considerar que os objectos de design devem ser veículos de intenções morais é diferente e até contraditório com o reconhecimento de que os objec-

tos de design são intrinsecamente morais. Para que tal ocorresse (que o design servisse de veículo) seria à partida necessário que os objectos de design fossem intrinsecamente neutros e não o contrário. A característica moral de um objecto de design não se anula se lhe for inscrita uma outra intenção moral. Sobre a relação entre as decisões morais e a cultura material, Borgmann escreve que quando alguns

observadores da cultura moderna (...) se queixam de que, enquanto a tecnologia avançou de forma dramática, a nossa aptidão moral para lidar com isso não. Mas esta queixa está radicalmente enganada, assim como o divórcio geral entre agir e fazer. Não consegue ver que uma realização tecnológica, o desenvolvimento e a adopção de um dispositivo tecnológico constitui já e sempre uma decisão moral (1992:113).

Tal implica a aceitação de que todas as decisões que se tomam no processo de design de um objecto são decisões morais. “As nossas decisões fundamentais e materiais colectivas então, são do maior alcance moral. Como vêm elas a ser tomadas?” (*idem*:115). Como vimos acima, existindo a improbabilidade de que um objecto de design possa ser absolutamente bom, ainda assim, parece ser necessário continuar a desenvolver designs. Perante estes dilemas resta a busca do equilíbrio, entre estes dois pólos, dependente da responsabilidade das decisões tomadas pelos designers.

Houve um tempo em que aos designers cumpria apenas preocuparem-se com a qualidade dos seus designs segundo os parâmetros do *bom design*, e isso seria suficiente. Ao público cumpria agir moralmente de acordo com as normas da sua sociedade, da mesma forma, os designers estavam igualmente sujeitos a estas normas (Flusser 1999k[1993]:66). “A questão da moralidade das coisas, da responsabilidade moral e política do designer, tem, contudo, ganho uma nova relevância (urgência até) na situação contemporânea” (*ibidem*). Tal relevância está re-

lacionada com a complexidade do sistema de produção e com a “revolução da comunicação”. Flusser enumera três razões para esta evolução da importância da responsabilidade dos designers (*idem*:66,67):

Em primeiro lugar deixou de existir uma única autoridade moral, uma vez que a produção industrial é extremamente complexa enquanto as normas tendem a ser muito simples e generalistas não se coadunando com as nuances e inúmeros processos do mundo da produção contemporânea. Existindo uma autoridade não questionada, a da ciência, esta vê-se como entidade neutra no que aos valores diz respeito, produzindo normas técnicas e não morais.

Em segundo lugar, o sistema de produção, no qual o design está incluído, é hoje uma rede de tal forma complexa que um único objecto é o resultado de sucessivos objectos anteriores, de inúmeras fontes de informação, e do trabalho de uma equipa. Pelo que os resultados e a sua responsabilidade não poderão ser atribuídos a um único autor (responsável).

Por último, é cada vez mais difícil atribuir a responsabilidade, pelo uso que se faz de um design, exclusivamente ao seu utilizador. Se alguém apunhala outra pessoa com uma faca é responsável pelo seu acto. No entanto, outros produtos mais típicos da sociedade pós-industrial introduzem novos dilemas. Quer a produção, quer o uso de objectos hoje, têm muito provavelmente um componente de automação. Enquanto se torna absurdo responsabilizar um aparelho por um erro por este causado, resta a pergunta sobre quem responsabilizar. Pergunta a que assistimos com frequência sempre que ocorre a morte de alguém envolvendo um aparelho (p.ex. acidente de avião, troca de medicamentos ou seringa num hospital, ou outro). Mitcham refere-se aos exemplos onde se opera uma transferência da responsabilidade prática para a programação informática, como nos processos de diagnóstico médico, ou nos sistemas de defesa antimíssil (Mitcham 2006:1139). O primeiro exemplo, do diagnóstico médico pode até hoje estar presente nos nossos

bolsos através das aplicações de recolha e diagnóstico médico, existentes para os telemóveis inteligentes.

A importância do problema da responsabilidade no design não está só relacionada com a sua transferência para os aparelhos ou objectos. Mitcham indaga também sobre o aumento de carga de responsabilidade provocada pela amplificação das capacidades dos meios informáticos e do seu reflexo nos seres humanos que com eles lidam. Veja-se o caso da memória depositada nos aparelhos computacionais.

Poderiam os médicos há dois séculos ser responsáveis pelo diagnóstico e tratamento da miríade de doenças obscuras pelas quais agora têm de responder? Parece mais provável que as novas tecnologias tornem possível a atribuição de determinadas responsabilidades nas quais desempenham também um papel (*ibidem*).

Assim a pergunta sobre quem responsabilizar por um design pode ter diferentes respostas e todas seriam possíveis. Pode-se considerar responsável quem montou ou construiu determinado objecto, ou um problema do próprio objecto, ou a determinada orientação naquele ramo da indústria, ou até a todo o sistema de produção. Tantas possibilidades equivalem a não existir responsabilidade. Razão porque Flusser considera ser essencial que os designers pensem as questões da responsabilidade (Flusser 1999k[1993]:68).

Uma ética para o design de comunicação na era da nova imaginação

Uma vez que a dificuldade na definição de responsabilidade moral por um design se prende com a complexidade do nosso sistema de produção, a reflexão dos designers passa igualmente por essa complexidade. As questões da responsabilidade segundo a sociedade de informação não estão ainda esclarecidas.

As possibilidades tecnológicas para uma sociedade de comunicação dialógica e livre a que Flusser se refere, e que abordámos no capítulo anterior, parecem

existir. Temos condições para que tal aconteça. Existe uma rede de aparelhos que permite uma troca de informações e criação de conhecimento em constante diálogo. Porém, Flusser entende também que para existir essa sociedade seria necessário que os seres humanos fossem não só funcionários, como todos já somos porque inseridos num aparelho, como programadores dos aparelhos. Só dessa forma seremos capazes de viver livremente (Flusser 1969b). Para que uma sociedade de comunicação fosse possível os seres humanos teriam que agir em liberdade e também programar, criar designs, de forma a não condicionar a liberdade dos outros.

O sistema da nossa sociedade de informação actual tem sido questionado por autores como Evgeny Morozov (2011). De uma utopia digital do diálogo em rede da liberdade, o sistema no qual vivemos tem feito levantar questões sobre o poder político e económico associado a esta estrutura. Em *The Net Delusion, The dark side of internet freedom* (*idem*), Morozov aborda as relações de poder na internet e põe em causa a noção de que a internet é um espaço de liberdade. Mais recentemente tem escrito artigos em que se dedica a explorar o peso económico dos dados, permanentemente recolhidos sobre o quotidiano dos indivíduos, e as suas implicações na privacidade, na transparência da informação e no sistema democrático. Implicações estas que se reflectem igualmente numa perspectiva moralizadora das acções humanas. É uma perspectiva importante para a compreensão da dimensão complexa dos objectos da sociedade de informação e das responsabilidades com que os designers de deparam.

A recente disseminação da “internet das coisas”, a que também já se chama “internet de tudo”, tem feito amplificar estas preocupações: “a proliferação de aparelhos graças aos quais os nossos mais pequenos feitos e gestos serão recensados, analisados e...monetizados” (Morozov 2014:12). Todos os chamados objectos inteligentes, emitem para a rede dados sobre a sua utilização, local, frequência, tipo de interacções, etc. que são recolhidos em grande escala por empresas que os

virão posteriormente a vender a anunciantes ou a outras entidades. Morozov exemplifica com no caso da empresa Google, e a multiplicidade de dispositivos ou de software desta empresa que são largamente utilizados, o uso do seu sistema fechado (motor de busca, *e-mail*, agenda, tradutor, sistema operativo móvel, e ainda os seus óculos ou o futuro automóvel sem condutor) faz “depender a eficácia do sistema da sua ubiquidade: para tirar melhor partido dos seus serviços deveríamos deixá-los penetrar como um gás nos mais recônditos locais do nosso quotidiano” (*ibidem*).

O exemplo dado por Morozov pode ser enquadrado no âmbito do “bom design”, é eficiente, funciona bem e de modo suave, é confortável e fácil, vai sendo cada vez mais estético e não é, na sua utilização, intrusivo. Mas este exemplo levanta também questões sobre a generalidade da nossa relação com as tecnologias de informação e a nossa disponibilidade para fornecer os dados do nosso quotidiano a troco do conforto no acesso a outras informações e também de sugestões sobre o nosso modo de vida. Voltando a outro exemplo da *Google*, Morozov realça o que chama de “algorithmic nudging” (empurrão algorítmico, ou sugestão algorítmica) no assistente virtual *Google Now* presente no sistema operativo móvel *Android* (fig.37). Na versão de 2012, o assistente apresenta no fim de cada mês um resumo da distância caminhada e percorrida de bicicleta, sem que o utilizador defina se quer ou não receber esse relatório. Como Morozov refere, a empresa assume que caminhar é mais importante “talvez mais moral - que conduzir” (2012). Outro exemplo de objecto moral é o *BinCam* (desenvolvido por um grupo de designers britânicos e alemães), um caixote do lixo equipado com um dispositivo que tira uma fotografia sempre que a tampa é fechada (Morozov 2013). A descrição do *BinCam* no seu sítio de internet é: “registo de desperdício para mudança de comportamento”. As fotografias tiradas são enviadas para um serviço gerido pela

Amazon que analisa a imagem e “decide se os seus hábitos de reciclagem estão conforme o evangelho do modo de vida verde”.

A reflexão de Morozov sobre estes aspectos vai um pouco mais além:

Estes dispositivos podem dar-nos um *feedback* útil, mas podem também partilhar tudo o que sabem sobre os nossos hábitos com instituições cujos interesses não são idênticos aos nossos. As companhias de seguros já oferecem descontos significativos a condutores que concordem em instalar sensores que monitorizem os seus hábitos de condução. Quanto tempo passará até os clientes não poderem obter um seguro automóvel sem se sujeitarem a tal vigilância? (*idem*).

Para o autor, a manutenção da nossa autonomia, em relação a estas práticas, passa pela noção de que dispositivos nos permitem o completo controlo da situação e procuram dar-nos toda a informação necessária para que tomemos as nossas decisões (*ibidem*).

Para que tal ocorra, implica que o design de comunicação nestes dispositivos esteja de acordo com essa possibilidade de controlo e com o requisito de transparência para o acesso a toda a informação. Pensamos que nestas condições será importante interrogarmo-nos sobre as características que habitualmente constituem os princípios do design e a sua capacidade para dar respostas a estes dilemas. A exposição *Graphic Design: Now in Production*, organizada pelo Walker Art Center em colaboração com o Smithsonian Cooper-Hewitt National Design Museum, propôs-se, em 2012, a apresentar a abrangência contemporânea da prática design gráfico nas circunstâncias das ferramentas de design acessíveis a todos, da característica *open-source* da produção criativa e do designer como produtor. Na secção dedicada à visualização de informação do catálogo da exposição, Peter Hall, publica o texto “Bubbles Lines, and String: How Information Shapes Society”, onde escreve sobre o entusiasmo actual por dados e pela sua visualização. Considerando as múltiplas tomadas de decisão no processo de visualização da informação sobre o que omitir e a que informação dar prioridade, Hall comenta

o contraste deste processo com a autoridade, objectividade e confiança que as visualizações em geral transmitem. Contudo, este é um contraste negligenciado no discurso sobre o tema que ignora os problemas teóricos a que Johanna Drucker se refere num excerto também citado por Hall (2011:171).

Uma assunção empiricista de que o que se vê é o que é sustenta a sua prática [dos designers de informação]. o carácter auto evidente das entidades gráficas — linha, marcas, cores, formas — nunca é ele próprio questionado, ainda que os parâmetros sobre os quais são elas são geradas ou rotuladas possam ser criticados. Que as próprias imagens possam ser dialéticas, produzidas como artefactos de troca e de surgimento, é uma ideia estranha aos campos da engenharia e design de informação (Drucker 2009:73)

Neste contexto, regressamos aqui por breves linhas à influência estética das visualizações a que nos referimos no capítulo anterior. A riqueza e atracção visuais que têm, de certa forma, contribuído para disseminar a noção de que a informação é importante e a têm transformado em objecto de atracção, são igualmente representações redutoras (Hall 2011:175). Para Hall estas mostram um mundo sem ambiguidades como se “a desorganização da vida tivesse finalmente sido conquistada, organizada e re-arranjada como uma forma refinada” (*ibidem*).

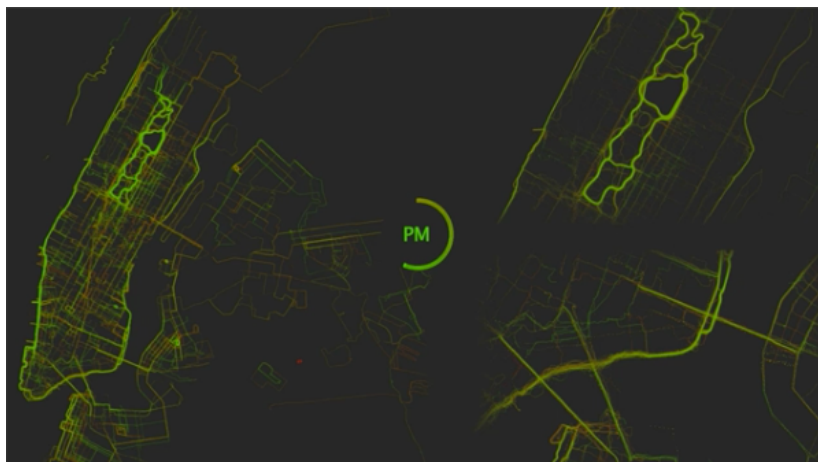
fig.37: interface do sistema operativo Google Now com o histórico da distância percorrida a pé o de bicicleta

fig.37: interface do sistema operativo Google Now com o histórico da distância percorrida a pé o de bicicleta



A linguagem formal de projectos que começam por ser experimentais e críticos, é rapidamente adaptada e replicada em serviços comerciais a que as visualizações atribuem o tal sentido de organização e refinamento da vida, perdendo o sentido crítico dos primeiros. É o caso, referido por Hall, da visualização dos percursos corridos em Manhattan, registados pelo serviço Nike+ no seu sítio de internet, desenvolvida por Cooper Smith (fig.38). Projecto que é exemplo da tendência que se tem verificado para recolhermos exaustivamente dados de toda a nossa vida. “a corrida já não é só corrida, mas medida, colectada e comparada, etiquetada com objectivos pessoais e recompensas simuladas” (*ibidem*). Esta visualização é inspirada pelo projecto experimental (2002) de Esther Polak em, que equipando sessenta residentes de Amesterdão, com localizadores GPS, procurou descrever a cidade tal como vivida pelos seus habitantes questionando a diferença de vivências da cidade do ponto de vista espacial (*ibidem*). As visualizações de informação têm também assumido o papel de objectos sedutores quase como fins em si mesmos que promovem estilos de vida e servem de forma de atribuição de valor. São bons testemunhos da transferência para a informação dos valores perdidos da primeira parte deste capítulo.

fig.38: fotograma de Nike+ Timelapse vídeo, Cooper Smith, 2011



Este valor e “interesse existencial” assumidos pela informação, bem como as implicações dos objectos de design que com esta lidam, motivam Drucker a argumentar por um design humanista, crítico e baseado na interpretação. Recordamos a reflexão de flusser presente no capítulo dois, sobre a característica interpretativa da comunicação por oposição à explicativa, ao referir-se à característica intrinsecamente humana da comunicação.

Reproduz-se aqui um excerto longo do mais recente livro de Drucker, *Graphesis, Visual Forms of Knowledge Production* (2014), onde se resume bem o seu argumento e a dimensão ética do design nas tecnologias de informação:

Quando finalmente tivermos linguagens de computador humanistas, interfaces interpretativos, e sistemas de informação que possam tolerar a inconsistência entre tipos de representação de conhecimento, classificação, ontologias fluidas, e navegação, então o diálogo humanista com ambientes digitais terá no mínimo avançado para lá da completa submissão aos termos impostos pelas disciplinas cujas crenças fundamentais são anti-éticas para a interpretação.

O design crítico do interface interpretativo avançará para lá dos objectivos dos designs ‘eficientes’ e ‘transparentes’ na organização de comportamentos e acções, e mobilizará uma rede crítica (...). Isto orquestrará pelo menos um pouco, a viragem das concepções do interface como coisas e entidades para um evento-espaco de actividade interpretativa (*idem*:178).

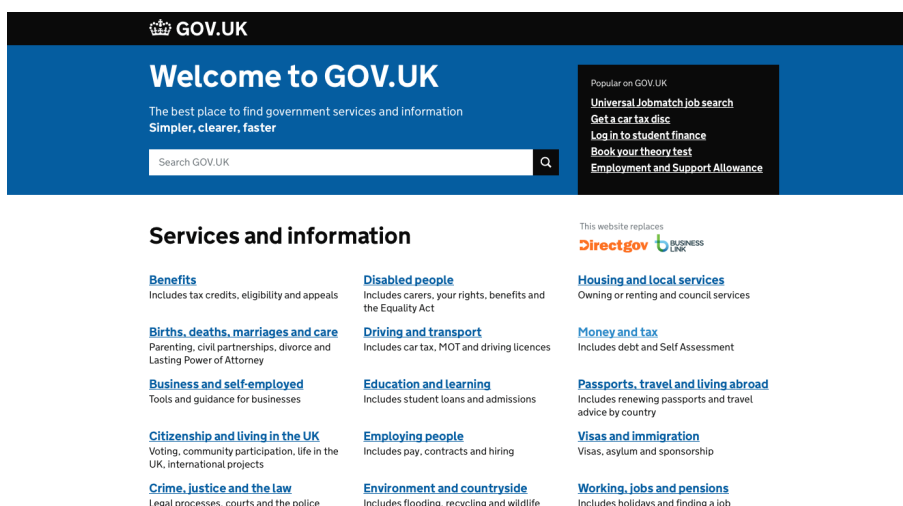
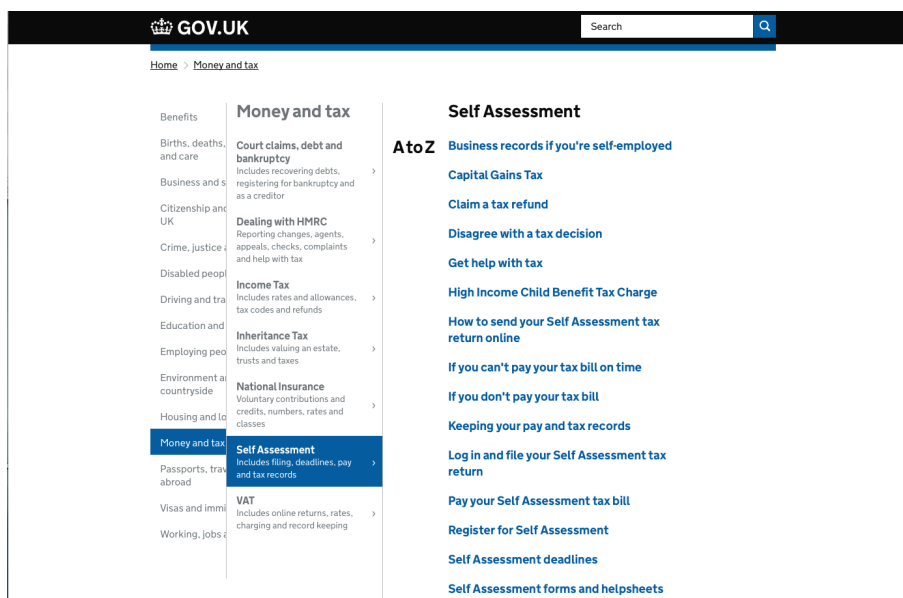
A perspectiva humanista é também defendida por Margolin como o código moral de para orientação do design nesta era. Margolin, considera que, não obstante advindo já dos valores do iluminismo, a Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH) se deve manter e ser reforçada como referência para a reflexão e prática do design na sociedade de informação (2014:13-34). Tomando a DUDH como referência de “autoridade moral” (Flusser 1999k:67) o design estará a integrar-se no campo da responsabilidade de todas as actividades humanas. Porém, tal como Flusser referiu, esta “autoridade moral” é colocada em risco pela complexidade do sistema de produção contemporâneo que gera situações ambíguas. Por

esta razão talvez possamos concordar com Dilnot quando escreve que: uma ética no design não deve ser um código especial no design, mas antes relacionar-se com uma ética comum a todas as actividades humanas que tenha em mente o poder transformador do design assim como o de outras actividades (Dilnot 2005:7).

Em 2013, o Design Museum de Londres premiou como “design of the year” (os seus prémios anuais internacionais de design) o portal de informação para os cidadãos britânicos desenvolvido pelo Serviço Digital do Governo. Além da surpresa de um gabinete público vencer um prémio de design, o portal organiza a informação de uma forma quase só tipográfica, servindo-se da hierarquia, tentando explorar uma navegação contextualizada e proclamando a abertura da informação (fig.39). O serviço que desenvolveu o portal tem aí incluída uma página onde, numa reminiscência dos dez princípios do bom design de Rams, explica os seus dez princípios de design. Todavia, estes são princípios processuais e não tanto indicativos do resultado final. Assim, parecem integrar algumas das perspectivas éticas aqui referidas. A lista de princípios inclui uma explicação detalhada sobre cada um e a sua exemplificação. Neles se destaca a abertura da informação e a possibilidade do seu acesso total.

1. Começar com necessidades (necessidades do utilizador e não do governo)
2. Fazer menos
3. Projectar [design] com dados.
4. Fazer o trabalho difícil para o tornar simples.
5. iterar, iterar outra vez.
6. Construir para a inclusão.
7. Entender o contexto.
8. Construir serviços digitais, não *websites*.
9. Ser consistente, não uniforme.
10. Fazer coisas abertas: torna as coisas melhores. (Government Digital Services, 2012).

fig.39: ecrã do portal Gov.uk, Government Digital Service, 2012



Mesmo tratando-se um código especial para o design (contrário ao que defende Dilnot), este conjunto de princípios apresenta sinais de se integrar numa perspectiva ética mais abrangente, que não usa o discurso da eficiência, de que fala Drucker, e aparenta ser aberto a uma posição crítica. É certo que, esta mudança no portal do governo britânico, está provavelmente relacionada com os episódios de venda de dados dos cidadãos a empresas ocorridos no Reino Unido. E portanto, estará relacionada com uma tentativa de ganhar a confiança dos cidadãos nos serviços do estado. Este código e a sua explicação são representativos da noção de que os objectos digitais são a própria realidade em que nos movemos.

José Afonso Furtado (2012), a par com Luciano Floridi (2002), entende como fonte de grande parte dos problemas éticos no desenvolvimento da sociedade de informação a fractura digital. Esta não só separa os integrados no mundo digital, dos info-excluídos, como divide as gerações. “A mente moderna [que] lidava com a realidade e tentava controla-la e modifica-la, enquanto a mente informacional constrói a realidade e, assim ao lidar com ela, lida de facto com os seus próprios artefactos” (Furtado 2012). Sob este prisma, é uma fractura sobre a qual vivemos. As suas implicações éticas situam-se no ponto em que a perspectiva ética moderna é ainda o prisma segundo o qual se olha para a sociedade de informação. Assim, ambos os autores propõem que se considere a infosfera como um ambiente em tudo paralelo à biosfera. Furtado, pensa que devemos continuar a procurar compreender a infoesfera. Por enquanto devemos centrar a ética na informação e, tal como Flusser observa sobre comunicação, um dos princípios centrais é não deixar que se instale uma entropia da informação.

Enfim, “Uma ética da informação para a sociedade da informação” (*idem*:231) deve ter em conta que esta realidade imaterial, tal como a realidade da biosfera “não deve ser considerada disponível para a dominação, controlo e exploração” (*ibidem*).

Conclusão

“Direi apenas que a liberdade, com toda a sua problematicidade, é a
máxima tarefa da vida”

Vilém Flusser

A investigação presente nesta tese procurou desenvolver uma linha conceptual para pensar o papel do design de comunicação na cultura contemporânea. Esta é uma orientação que olha para o design de comunicação buscando definir os sentidos em que este configura o mundo. O pensamento de Vilém Flusser, que nos serviu de apoio, em diálogo com outros autores, foi o fio condutor que permitiu delimitar o conjunto de formas de configuração do mundo pelo design de comunicação.

O design de comunicação, sendo visto como uma disciplina específica dentro da área mais alargada do design, é também a conjugação com uma outra disciplina recente, a das ciências da comunicação. À partida esta articulação pressupõe a necessidade de uma visão dialéctica sobre a produção de objectos de design. A visão do projecto vinda do design deveria ser complementada com a noção de que deve passar, ou reforçar, uma mensagem que foi previamente concebida por outros. Geralmente a ideia da mediação do design de comunicação centra-se na bondade de cada objecto, na sua eficácia específica para uma ou várias funções específicas.

Os conceitos de Flusser permitiram, de uma forma global, desenvolver esta investigação a partir de duas importantes perspectivas. A primeira é a que vê tanto o design, como a comunicação, como uma mesma atitude sobre o mundo. Ambas são construções humanas do artifício, o qual proporciona ao ser humano superar a sua condição. O que possibilita estudar o design e a comunicação como uma entidade simbiótica. Já a segunda perspectiva entende estes processos decorrentes do artifício humano (design e comunicação) de um ponto de vista existencial, cuja mediação ultrapassa o efeito sobre a acção ou a persuasão de uma ideia, gerando implicações sobre a visão humana do mundo. Assim, as questões estudadas nesta tese foram sobretudo da esfera ontológica.

Procurou-se argumentar e mostrar como o design de comunicação se inscreve naquelas duas perspectivas, encontrando disso evidência na reflexão sobre o design de diferentes períodos, e utilizando exemplos pontuais de objectos de design que as confirmem. Desse modo foi possível compreender como a prática do design, num dado momento, num dado lugar, pode realmente ter implicações enquanto força mediadora referida na segunda perspectiva mais abstracta. Para isso contribui também a atitude fenomenológica própria do pensamento de Flusser.

Referimos logo na introdução deste trabalho que a faceta do pensamento de Flusser que tem sido mais considerada é aquela que se debruça sobre a comunicação, razão pela qual é muitas vezes apelidado redutoramente de teórico dos média. Neste caso optou-se por seguir uma linha diferente, explorando a sua reflexão sobre o design em vários momentos da pesquisa e encadeando-a com outros autores. Os conceitos avançados por Flusser entrecruzam-se nos vários ensaios por si escritos. Se alguns dos seus estudos serviram de suporte a temas específicos aqui discutidos, outros foram sendo frequentemente referidos ao longo do trabalho. Nestes últimos, além das condições de partida comuns já referidas, verifica-se uma transversalidade aos vários temas debatidos em cada capítulo da tese.

Esta investigação trouxe à luz três vertentes que se revelaram necessárias para o entendimento da abrangência da configuração do mundo pelo design de comunicação. Cada uma das vertentes constitui-se como secções que compõem o conjunto da tese.

A primeira parte inclui os dois primeiros capítulos. Aí compreendemos, na procura de respostas para as questões inicialmente formuladas, que associado ao pensamento sobre a mediação em design é necessário entender como este foi sendo visto enquanto problema para pensar o mundo.

A segunda parte, integrada pelo terceiro e quarto capítulos, procura elucidar como as características intrínsecas ao design, informadas pela perspectiva de Flusser, são próprias da sua acção modeladora do mundo.

A terceira parte, composta pelos dois últimos capítulos, apresenta quais podem ser as modelações que o design de comunicação exerce efectivamente segundo as condições particulares da sociedade de informação e propõem pistas e propostas para uma prática ética e responsável do design de comunicação.

São as contribuições originais de Vilém Flusser, que a seguir se enumeram, que justificam a convicção de que este autor deve ser integrado como um dos suportes canónicos do estudo do design de comunicação.

O corpo do pensamento de Flusser é dedicado à (in)formação do mundo pelos vários artificios humanos. O seu olhar sobre a arte e a técnica, como uma simbiose antagónica definidora do design, e sobre a comunicação como artifício, coloca estas actividades no mesmo plano. Estas servem de meios para transformar o mundo em nosso proveito, como este deveria ser, de acordo com os seres humanos e, por sua vez, tornar os seres humanos como estes pensam que deveriam ser. Arte, técnica e comunicação são, por isso, vistas como formas de a humanidade se libertar das suas limitações. Ambos libertam dos limites da natureza. O design das limitações físicas e a comunicação das limitações de permanência no mundo e da memória. A importância de pensar o design de comunicação, na sua qualidade de artifício que ludibriando os nossos limites nos ilude sobre eles, reside na noção de que o design e a comunicação não só nos libertam desses limites mas também nos condicionam. E como nem sempre esse condicionamento é evidente, a reflexão sobre o mesmo torna-se relevante.

Decorrente desta última ideia, é também a de que qualquer objecto de design se constitui simultaneamente como obstáculo, sendo algo projectado para outros. Daí que tenhamos ilustrado as formas como, no design de comunicação, os objectos se configuram enquanto obstáculos e enquanto sucessão de dispositivos sobre os quais o design de comunicação opera. E que contribuem para uma objectificação do indivíduo, pela progressiva distância em relação ao mundo. Quer esta alienação, quer as propriedades semânticas do design de comunicação alimentam para Flusser uma leitura do mundo em superfície, porque baseada em imagens, ou textos que transmitem a experiência de outros sobre o

mundo. Passando essa experiência a ser assumida como real, a imagem serve como um fim em si própria, causando o que Flusser refere como idolatria.

Vale a pena ainda salientar, em ordem a sublinhar a relevância do pensamento de Flusser para o design de comunicação, aquilo que o autor refere como “objecto-informação”, isto é, os objectos de design de comunicação representativos da sociedade de informação. Trata-se daqueles objectos em que a informação se constitui como o nosso “interesse existencial”, em que o valor é transferido do objecto para a informação. Trata-se de entender que os objectos de design de comunicação se situam hoje dentro de definição de objecto-informação e qual o seu papel numa clara legibilidade do mundo.

Importa ainda, por último realçar outra das ideias de Flusser, a que reporta à procura da emancipação do mundo natural pelos seres humanos, transferida na nossa época para o domínio dos aparelhos. Se antes era o mundo natural que condicionava o ser humano, hoje é o mundo artificial que o faz, porque os aparelhos são o ambiente em que vivemos. Para Flusser trata-se de garantir que somos autónomos dos artificios, não podendo ser deles independentes, devemos opor a nossa arbitrariedade à dos aparelhos. Só assim vivemos em liberdade.

O design de comunicação enquanto composto por imagens e texto, que assentam em aparelhos, dá a entender o mundo de um ponto de vista já distanciado por esta via. Porém, como concluímos nesta investigação, aquilo que é apresentado graficamente ganha valor de credibilidade. Essa visão do mundo apresentada nos objectos de design de comunicação, gera confiança. Contudo, há muito que se discute no design que essa visão é sempre parcial. Sobre ela são feitas escolhas, que terão impacto na visão do mundo dos indivíduos e na sua acção. Tal faz pressupor que o design de comunicação é responsável por esse impacto nos outros seres humanos.

Desta forma, os sentidos em que o design de comunicação configura o mundo contemporâneo, segundo a perspectiva estudada nesta tese, assumem três formulações principais:

A primeira é a que o design de comunicação não configura o mundo apenas pela linguagem visual, mas fá-lo também por via dos dispositivos técnicos em que é planeado e daqueles em que é apresentado. Portanto, não se pode estudar a modelação do design de comunicação sem ter em conta os efeitos modeladores e disseminadores das tecnologias. Inicialmente, a produção em série, depois a produção em massa e hoje a comunicação em

massa, têm enorme influência sobre essa modelação particular do design de comunicação. Este foi, aliás, um conceito que esteve presente em quase todos os capítulos deste trabalho, culminando nos dois últimos em que se realça a estreita relação entre design, ciência e técnica na concepção de interfaces comunicacionais.

A segunda formulação diz respeito à característica dialéctica do design enquanto objecto que nos liberta de determinado constrangimento e que simultaneamente se constitui como obstáculo. Em todos os capítulos foi possível observar diversas modalidades deste fenómeno. Desde os problemas da forma às questões da importância da informação ética. Propõe-se que o design de comunicação seja sempre abordado segundo estes dois prismas, qualquer um deles tem influência, quer nos destinatários do objecto de design, quer numa posterior noção do mundo.

A terceira e última formulação é informada pelas duas anteriores, e reporta ao problema da ética no design de comunicação segundo as circunstâncias da sociedade de informação. Quer no problema do design entendido como artifício, quer na perspectiva da relação entre arte e técnica como aperfeiçoamento da ilusão do design, quer na condição de objecto/obstáculo, há que ter sempre em mente as implicações sobre a vida humana e social. Também na perspectiva imaterial configurada na comunicação e na sociedade de informação, o elemento relevante é sempre — tal como sustenta Flusser — o da procura de diálogo tendo em vista a existência livre dos seres humanos. Enquanto o valor da informação suplantou todos os outros, as decisões que tomamos quotidianamente têm sempre como base algum tipo de informação. O comportamento dos seres humanos é também influenciado pela forma como lidam com essa informação. Os meios de lhe dar forma têm implicações nessas decisões. Destarte, a liberdade de acção e as decisões são também configuradas pelo design de comunicação. Compreende-se pois que a principal preocupação ética com o design na sociedade de informação seja a liberdade.

No fim de uma investigação em design de comunicação de questionamento fundamentalmente ontológico, como esta que ora se conclui, fica compreensivelmente no ar uma interrogação sobre as possibilidades de aplicação dos seus resultados. O carácter projectual do design de comunicação assim o impõe. Afigura-se essencial a necessidade de dar continuidade a esta linha de investigação teórica que se infere do próprio objecto de estudo e, claro, das formulações acima propostas. Contudo, essas formulações, permitem

também informar futuros projectos de investigação empírica, por exemplo de análise fenomenológica de objectos ou categorias de objectos de design de comunicação, ou ainda sobre os modos de os projectar.

Em qualquer dos casos, as questões levantadas nesta tese permanecem e requerem que se continue a estudá-las. A progressiva complexidade dos objectos de design contemporâneos, a sua constante transfiguração entre objectos materiais e imateriais e o alargamento do domínio da sua acção assim o justificam.

Bibliografia

Obras de Vilém Flusser

- Flusser, Vilém. s.d. “Objet -Information.”. (B1608_nr3014) Vilém Flusser Archiv
- Flusser, Vilém. 1969a. “Curso Hannah Arendt.” (S. referência) Vilém Flusser Archiv.
- Flusser, Vilém. 1969b. “Da Banalidade Do Mal.” in O Estado De São Paulo.
- Flusser, Vilém. 1977. “Cours De La Théorie De La Communication.” (S. referência) Vilém Flusser Archiv.
- Flusser, Vilém. 1981. “Imagem - Imagem Técnica.” Flusser, Vilém. 1990. “Design Als Theologie.” *Design Report*, no. 14 (October): 50–53.
- Flusser, Vilém. 1985. “Artificio, Artefato, Artimanha.” 18ª Bienal De São Paulo.
- Flusser, Vilém. 1991. “Eine Theologie Des Designs?.” *Design Report*.
- Flusser, Vilém. 1992. “On the Term ‘Design’.” *ArtForum*, March 1.
- Flusser, Vilém. 1993a. *Vom Stand Der Dinge, Eine Kleine Philosophie Des Design*. Göttingen
- Flusser, Vilém. 1993b. “Vom Wort Design.” in *Vom Stand Der Dinge, Eine Kleine Philosophie Des Design*, 9–13. Göttingen: Steidl.
- Flusser, Vilém. 1997. “Die Fabrik.” in *Medienkultur*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

- Flusser, Vilém. 1997. *Medienkultur*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Flusser, Vilém. 1998[1983]. *Ensaio Sobre a Fotografia*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Flusser, Vilém. 1999[1993]. "The Ethics of Industrial Design?." In *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 66–69. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999a [1993]. "About the Word Design." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 17–21. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999b[1993]. *The Shape of Things, a Philosophy of Design*. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999c.[1993] "Bare Walls." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 78–79. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999d.[1993] "With as Many Holes as a Swiss Cheese." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 81–84. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999e.[1993] "Carpets." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 95–98. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999f. [1993] "Design: Obstacle for/to the Removal of Obstacles." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 58–61. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999g. [1993] "Form and Material." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 22–29. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999h.[1993] "The Non-Thing 1." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 85–89. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999i.[1993] "Pots." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 99–103. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 1999j. [1993] "War and the State of Things." in *The Shape of Things, a Philosophy of Design*, 30–34. London: Reaktion Books.
- Flusser, Vilém. 2002. "On the Theory of Communication." in *Writings*, edited by Andreas Ströhl, 3–20. Minnesota: University of Minnesota Press. doi:10.5749/j.ctttwnk.
- Flusser, Vilém. 2002a. [1974] "What Is Communication?." in *Writings*, edited by Andreas Ströhl, 3–7. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Flusser, Vilém. 2002b.[1978] "The Codified World." in *Writings*, edited by Andreas Ströhl, 35–41. Minnesota: University of Minnesota Press.

- Flusser, Vilém. 2002c. *Writings*. Edited by Andreas Ströhl. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Flusser, Vilém. 2002d. [1973] “Line and Surface.” in *Writings*, edited by Andreas Ströhl, 21–34. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Flusser, Vilém. 2002e.) [1990] “A New Imagination.” in *Writings*, edited by Andreas Ströhl. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Flusser, Vilém. 2004. “Distribuzione Monodirezionale O in Rete?.” In *La Cultura Dei Media*, 151–58. Milano: Bruno Mondadori.
- Flusser, Vilém. 2006. “Skin.” *Flusser Studies*, no. 02.
- Flusser, Vilém. 2011. *Natural:Mente*. São Paulo: Annablume.
- Flusser, Vilém. 2011. *Pós-História*. São Paulo: Annablume.
- Flusser, Vilém. 2011a. *Into the Universe of Technical Images*. Mineapolis and London: University of Minnesota Press.
- Flusser, Vilém. Letter. 1988. “Correspondência Karl Gerstner (Cor).” (K-3135-3a6 K-3135-7) Vilém Flusser Archiv
- Flusser, Vilém. n.d. “Interface.” Flusser, Vilém. n.d. “La Communication: Une Ideologie Au Delà d'Une Science?.” *Communication Et Langages*. Flusser, Vilém. n.d. “Mapas E Hoteis.”
- Flusser, Vilém. s.d. “Memória.” (b1608_nr2683) Vilém Flusser Archiv
- Flusser, Vilém. s.d. “Meu Atlas.” (S. referência) Vilém Flusser Archiv
- Flusser, Vilém. s.d. “Tecnologia E Humanidades.” (B1608_nr186) Vilém Flusser Archiv

Bibliografia geral

- Agamben, Giorgio. 2009. *What Is an Apparatus? and Other Essays*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Aicher, Otl. 1994a. “Bauhaus and Ulm.” in *The World as Design*, 85–93. Berlin: Ernst & Sohn.
- Aicher, Otl. 1994b. *The World as Design*. Berlin: Ernst & Sohn.

- Aicher, Otl. 1994c. *Analogous and Digital*. Berlin: Ernst & Sohn.
- Aicher, Otl. 1994d. "The Eye, Visual Thinking." in *Analogous and Digital*, 34–44. Berlin: Ernst & Sohn.
- Aicher, Otl. 1994e. "Aesthetic Existence." in *The World as Design*, 36–39. Berlin: Ernst & Sohn.
- Aicher, Otl. 1994f. "Appearance." in *The World as Design*, 150–66. Berlin: Ernst & Sohn.
- Alpsancar, Suzana. 2012. *Das Ding Namens Computer*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Anceschi, Giovanni, Giovanni Baule, Gelsomino D'Ambrosio, Pino Grimaldi, Giancarlo ILIPRANDI, Giovanni Lussu, Alberto Marangoni, and Gianfranco Torri. 1989. "Carta Del Progetto Grafico."
- Antonelli, Paola, and Kate Camody, eds. 2011. *Talk to Me*. New York: Museum of Modern Art.
- Antonelli, Paola, and Patricia Juncosa Vecchierini, eds. 2008. *Design and the Elastic Mind*. New York: Museum of Modern Art.
- Archer, Bruce L., Ken Baynes, and Phil Roberts. 2005. *A Framework for Design and Design Education a Reader*. DATA.
- Arendt, Hannah. 2001 [1968]. *A Condição Humana*. Lisboa: Relógio D' Água.
- Arendt, Hannah. 2006. *Entre O Passado E O Futuro*. Lisboa: Relógio D' Água.
- Arendt, Hannah. 2006a [1963]. *Eichmann in Jerusalem*. London: Penguin Books
- Bailey, Stuart. 2008. "Graphic Design." In *Design Dictionary*, Erlich, Michael, Marshall, Tim, eds. Basel: Birkhäuser Basel.
- Banham, Reyner. 1967. *Theory and Design in the First Machine Age*. London: The Architectural Press.
- Barbosa, Helena, Anna Calvera, and Vasco Branco. 2010. "The Different Names for 'Design' and Their Respective Meanings in Portugal ." In *The Triumph of Design / O Triunfo do Desenho*, ed. Eduardo Corte-Real, 161–71. Lisboa. Livros do Horizonte
- Barthes, Roland. 2009[. "A Retórica Da Imagem." In *O Óbvio E O Obtuso*, 27–45.
- Bártolo, José. 2010. "Design de Vanguarda, das Narrativas Disruptivas aos Discursos Relacionais." Edited by José Bártolo. *Revista De Comunicação E Linguagens*, Outubro. Lisboa, 51–63.

- Bártolo, José. 2014. "Modos de Produção: Notas para uma Economia Política do Design." In *Design Et Al*, ed. by Emílio Távora Vilar, 119–34. Lisboa.
- Baudrillard, Jean. 1969. "La Morale Des Objets." *Communications*, no. 13: 23–50.
- Baudrillard, Jean. 1995. *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*. Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, Jean. 1996. *O Crime Perfeito*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Baudrillard, Jean. 2005 [1968]. *The System of Objects*. London: Verso.
- Benjamin, Walter. 1992[1936]. "A Obra de Arte na Era da Sua Reprodutibilidade Técnica." in *Sobre Arte, Técnica, Linguagem E Política*. Lisboa: Relógio D'Água. 70–113
- Bergdoll, Barry. 2008. "Preface." in *Design and the Elastic Mind*, ed. by Paola Antonelli, 8–11. New York: Museum of Modern Art.
- Billings, Lee. 2008. "Seeing Is Believing." *Seed Magazine*.
- Blauvelt, Andrew, and Ellen Lupton, eds. 2012. *Graphic Design Now in Production*. Minneapolis: Walker Art Center.
- Blauvelt, Andrew. 2010. "Para um Design Relacional." ed. José Bártolo. *Revista de Comunicação e Linguagens*, no. 41 (Outubro). Lisboa: 45–49.
- Bly, Adam. 2009. "Science as Lens." *Seed Magazine* 20: 12–15.
- Bolter, Jay David, and Gromala Diane. 2005. *Windows and Mirrors Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency*. Cambridge: MIT Press.
- Bonsiepe, Gui. 1999a. "The Discomfort of Design Theory." In *Interface, an Approach to Design*, 18–25. Maastricht: Jan van Eyck Akademie.
- Bonsiepe, Gui. 1999b. "The Invisible Aspects of the HFG Ulm." In *Interface, an Approach to Design*, 119–27. Maastricht: Jan van Eyck Akademie.
- Bonsiepe, Gui. 1999c. *Interface, an Approach to Design*. Maastricht: Jan van Eyck Akademie.
- Bonsiepe, Gui. 1999e. "Visual-Verbal Rethoric." In *Interface, an Approach to Design*, 69–82. Maastricht: Jan van Eyck Akademie.
- Bonsiepe, Gui. 1999d. "Design: From Material to Digital and Back." in *Interface, an Approach to Design*. Maastricht: Jan van Eyck Akademie.
- Borgmann, Albert. 1992. *Crossing the Postmodern Divide*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Borgmann, Albert. 1995. "The Depth of Design." in *Discovering Design*, ed. Richard Buchanan and Victor Margolin, 13–22. Chicago: The University of Chicago Press.
- Borgmann, Albert. 2010. "Information and Reality at the Turn of the Century." in *The Designed World*, 53–60. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Bremner, Craig, and Paul Rodgers. 2013. "Design Without Discipline." *Design Issues* 29 (3): 4–13.
- Breton, Philippe, and Serge Proulx. 2000. *A Explosão da Comunicação*. Lisboa: Bizâncio.
- Breton, Philippe. 1992. *A Utopia Da Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Brownlee, John. 2014. "The Science of Menu Design: How Restaurants Can Make You Choose a Salad Over a Cheeseburger." Co.Design. <http://www.fastcodesign.com/3034284/restaurants-can-make-you-choose-a-salad-over-a-cheeseburger-heres-how>. (acedido em Junho de 2014).
- Buchanan, Richard. 1989. "Declaration by Design: Rethoric, Argument, and Demonstration in Design Practice." in *Design Discourse*: 91–110. The University of Chicago Press.
- Burdek, Bernhard E. 2005. *Design: the History, Theory and Practice of Product Design*. Basel: Birkhäuser Architektur.
- Burdick, A, Johanna Drucker, and P Lunenfeld. 2012. *Digital_Humanities*. The MIT Press.
- Byfield, Ted. 2008. "Visual Communication." In *Design Dictionary*, ed. by Michael Erlhoff and Tim Marshall, 439–42. Basel: Birkhäuser Basel.
- Calvera, Anna, and F Pombo. 2011. "Design Discourse Blank Meaning as Design Affordance. Memory and Fictions (a Dialogue Between Anna Calvera and Fátima Pombo)." *Kepes* 8 (7): 43–55.
- Carson, David. 1995. *The End of Print: the Graphic Design of David Carson*. London: Laurence King Publishing.
- Christensen, Carleton B. 2006. "The Ethical Responsibility of Design." *Design Philosophy Papers*, no. 2: 1–11.
- Corte-Real, Eduardo. 2010. "The Word 'Design': Early Modern English Dictionaries and Literature on Design From 1604 to 1837." Ed. Grace Lees-Maffei. *Working Papers on Design*, no. 4.

- Cross, Nigel. 2001. "Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science." *Design Issues* 17 (3): 49–55.
- Crowley, David e Pavitt, Jane. *Cold War Modern, Design 1945-1970*. London: V&A Publishing
- Cruz, Maria Teresa. 2006. "O Artificial Ou a Era Do Design Total." In *Razão, Tempo E Tecnologia*, edited by Manuel Vilaverde Cabral, José Luís Garcia, and Helena Mateus Jerónimo, 327–39. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Design Principles." Gov.Uk. <https://www.gov.uk/design-principles>. (acedido em Julho de 2014)
- Dilnot, Clive. 1982. "Design as a Socially Significant Activity: an Introduction." *Design Studies* 3 (3): 139–46.
- Dilnot, Clive. 2005. "Ethics? Design?." in *The Archeworks Papers vol. I*, ed. by Stanley Tigerman, 1–148. Chicago: Archeworks.
- Dilnot, Clive. 2009. "Ethics in Design: 10 Questions." In *Design Studies a Reader*, edited by Hazel Clark and David Brody, 180–90. Oxford e Nova Iorque: Berg Publishers.
- Dorst, Kees. 2006. "Design Problems and Design Paradoxes." *Design Issues* 22 (3): 4–17.
- Drucker, Johanna, McVarish, Emily. 2009.. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Drucker, Johanna. 2009. *SpecLab Digital Aesthetics and Projects in Speculative Computing*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Drucker, Johanna. 2014. *Graphesis, Visual Forms of Knowledge Production*. Cambridge: Harvard University Press.
- Duis, Ten, Leonie, and Annelies Haase, ed. 1999. *The World Must Change - Graphic Design and Idealism*. Amsterdam: Sandberg Instituut.
- Dunne, Anthony, and Fiona Raby. 2013. *Speculative Everything*. Cambridge: The MIT Press. doi:10.2307/j.ctt9qf7j7.
- Dunne, Anthony. 2005. *Hertzian Tales*. Cambridge: The MIT Press.
- Dwiggins, W A. 1999 [1922]. "New Kind of Printing Calls for New Design." in *Looking Closer 3: Classic Writings on Graphic Design*, ed. Steven Heller, 14–18. Allworth Press.
- Eco, Umberto. 1996. "Da Internet a Gutenberg."
- Estêvão, Sara Velez. 2010a. *Design, Comunicação E Mediação*

- Estêvão, Sara Velez. 2010a. "Design, Comunicação e Novas Tecnologias: Uma Leitura De Vilém Flusser." *Revista Trajectos*, no. 16. Lisboa: 19–27.
- Estêvão, Sara Velez. 2011. "Objectos de In-Formação. Notas para uma Discussão Fenomenológica do Design de Comunicação." In, *Designa 2011*, ed. Francisco Paiva and Catarina Moura, 279–83. Covilhã.
- Evans-Pritchard, Blake. 2013. "Aiming to Reduce Cleaning Costs." ed. Peter Bilal. *Works That Work*.
- Fallan, Kjetil. 2010. *Design History, Understanding Theory and Method*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Fallan, Kjetil. 2013. "Culture by Design: Co-Constructing Material and Meaning." in *Assigning Cultural Values*, edited by Kjerstin Aukrust, 2:135–63. Frankfurt am Main, Germany: Peter Lang.
- Felinto, Erick, Santaella, Lucia. 2012. *O Explorador de Abismos, Vilém Flusser e o Pós-Humanismo*. São Paulo: Paulus.
- Floridi, Luciano. 2002. "Information Ethics: an Environmental Approach to the Digital Divide." *Philosophy in the Contemporary World* 9 (1): 39–45.
- Forty, Adrian. 1992 [1986]. *Objects of Desire, Design and Society Since 1750*. London: Thames and Hudson.
- Foster, Hal. 2003. "Design and Crime, and Other Diatribes." in *Design and Crime* :13–26. London: Verso.
- Francastel, Pierre. 2000. *Arte E Técnica Nos Séculos XIX E XX*. Lisboa: Livros do Brasil.
- Frascara, Jorge. 1995. "Graphic Design: Fine Art or Social Science?." in *The Idea of Design* :44–55. Cambridge: The MIT Press.
- Frascara, Jorge. 2004. *Communication Design, Principles, Methods and Practice*. New York: Allworth Press.
- Fry, Tony. 2006. "Design, Ethics and Identity." *Design Philosophy Papers*, no. 3: 7–9.
- Fry, Tony. 2011. *Design as Politics*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Fry, Tony. 2012. *Becoming Human by Design*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Furtado, José Afonso. 2012. *Uma Cultura Da Informação Para O Universo Digital*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

- Galle, Per. 2002. "Philosophy of Design: an Editorial Introduction." *Design Studies* 23 (3): 211–18.
- Garcia, José Luís, and Hermínio Martins, eds. 2003. *Dilemas Da Civilização Tecnológica*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Garcia, José Luís. 2003. "Sobre as Origens da Crítica da Tecnologia na Teoria Social. A Visão Pioneira e Negligenciada da Autonomia da Tecnologia de Georg Simmel." in *Dilemas da Civilização Tecnológica*, ed. José Luís Garcia e Hermínio Martins, 91–138. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Garcia, José Luís. 2007a. "A Arte De Criar Novas Artes, a Bioarte Como Arquétipo Da Ascensão Das Infoartes." in *Ciência E Bioarte, Encruzilhadas E Desafios Éticos*. Lisboa: Caleidoscópio.
- Garcia, José Luís. 2007b. "Comunicação, Abundância Informacional e Aparência." in *Espaço Público Poder e Comunicação*, 225–32. Lisboa: Edições Afrontamento.
- Garcia, José Luís. 2013. "O Universo Das Imagens Técnicas No Pensamento De Vilém Flusser." in *Da Civilização Da Palavra À Civilização Da Imagem*, edited by Olga Pombo and António Guerreiro, 255–76. Lisboa.
- Giedion, Siegfried. 1969. *Mechanization Takes Command: a Contribution to Anonymous History*. New York: W. W. NORTON & COMPANY.
- Golec, M J. 2013. "In the Way of Technical Images." *Historical Studies in the Natural Sciences* 43 (4): 539–49.
- Government Digital Services. 2012. "Government Digital Service
- Government Digital Services. 2012. "Government Digital Service Design Principles." *Gov.Uk*. July 2. <https://www.gov.uk/design-principles>. (acedido em Julho de 2014)
- Grocott, Lisa. 2004. "Speculation, Serendipity and Studio Anybody." In *Design Research: Methods and Perspectives*, edited by Brenda Laurel, 1–9. MIT Press.
- Gronert, Siegfried. 2012. "Simmel's Handle: a Historical and Theoretical Design Study." *Design and Culture* 4 (1): 55–71.
- Gropius, Walter. 2002 [1925]. "Principios para la Producción del Bauhaus." in *Técnica y Cultura: El Debate Alemán Entre Bismarck y Weimar*, ed. Tomás Maldonado, 243–46. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Gunther, and Theo van Leeuwen. 1996. *Reading Images the Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

- Habermas, Jürgen. 2015. *Técnica E Ciência Como “Ideologia.”* Lisboa: Edições 70.
- Hall, Peter. 2008. “Critical Visualization.” in *Design and the Elastic Mind*, edited by Paola Antonelli and Patricia Juncosa Vecchierini, 120–31. Nova Iorque: Museum of Modern Art.
- Hall, Peter. 2011. “Bubbles, Lines, and String: How Information Visualization Shapes Society.” in *Graphic Design Now in Production*, edited by Ellen Lupton and Andrew Blauvelt, 170–85. New York.
- Hanke, Michael. 2012. “Os Fundamentos Científicos Da Comunicação: Uma Crítica Flusseriana a Comunicólogos Brasileiros E Seus Desdobramentos Epistemológicos.” *Logos* 19 (2): 43–58.
- Hartmann, Frank. 2005. “Humanization of Knowledge Through the Eye.” In *Public Atmospheres of Democracy*, edited by Bruno Latour and Peter Weibel, VI:22–31. MIT Press.
- Heidegger, Martin. 1977. *The Question Concerning Technology and Other Essays*. New York: Garland Publishing.
- Helfand, Jessica. 2001. *Screen - Essays on Graphic Design, New Media, and Visual Culture*. New York: Princeton Architectural Press.
- Heskett, John. 2004. *Industrial Design*. Londres: Thames & Hudson.
- Heskett, John. 2005. *Design, a Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Horn, Robert E. 1999. “Information Design: the Emergence of a New Profession.” in *Information Design*, ed. Robert Jacobson, 15–33. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Huizinga, Johan. 1971. *Homo Ludens*. Boston: Beacon Press.
- Husserl, Edmund. s.d. *Da Lógica Dos Sinais*. LusoSofia.
- Ihde, Don. 1990. *Technology and the Lifeworld*. Bloomington: Indiana University Press.
- Ihde, Don. 2006. “Models, Models Everywhere.” in *Simulation*, ed. Johannes Lenhard, Günter Küppers, and Terry Shinn, 25:79–86. Pragmatic Construction of Reality. Dordrecht: Springer Netherlands

- Ihde, Don. 2008. "The Designer Fallacy and Technological Imagination." in *Philosophy and Design*, 51–59. Dordrecht: Springer. doi:10.1007/978-1-4020-6591-0_4.
- Jonas, Wolfgang. 2006. "Design and Ethics - or: Does Design Require a Special Moral Code?." *Design Philosophy Papers*, no. 2.
- Kinross, Robin. 1989. "The Rethoric of Neutrality." in *Design Discourse, History Theory Criticism*, ed. by Victor Margolin:131–43. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kinross, Robin. 2004. *Modern Typography*. London: Hyphen Press.
- Kittler, Friedrich. 1997. *Literature Media, Information Systems*. London and New York: Routledge.
- Kress, Gunther, and Theo van Leeuwen. 1996. *Reading Images the Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Krippendorff, Klaus. 2007. "An Exploration of Artificiality." *Artifact 1* (1): 17–22.
- Latour, Bruno. 1992. "Where Are the Missing Masses? the Sociology of a Few Mundane Artifacts." In *Shaping Technology-Building Society. Studies in Sociotechnical Change*, edited by John Law and Wiebe Bijker, 151–80. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Latour, Bruno. 1994. "On Technical Mediation - Philosophy, Sociology, Genealogy." *Common Knowledge* 3 (2). Duke University Press.
- Latour, Bruno. 2008. "A Cautious Prometheus? a Few Steps Toward a Philosophy of Design (with Special Attention to Peter Sloterdijk)." In. *Design History Society*.
- Laurel, Brenda. 1998. *Computers as Theatre*. Reading: Addison-Wesley.
- Lausen, Marcia. 2007. *Design for Democracy: Ballot + Election Design*. Chicago: The Univesity of Chicago Press, AIGA.
- Love, T. 2000. "Philosophy of Design: a Meta-Theoretical Structure for Design Theory." *Design Studies* 21 (3): 293–313.
- Luhmann, Niklas. 2001. *A Improbabilidade Da Comunicação*. Lisboa: Vega.
- Lupton, Ellen, and J Abbott Miller. 2006. *The Abc's of the Bauhaus and Design Theory*. London: Thames and Hudson.
- Lupton, Ellen. 1999. "Deconstruction and Graphic Design." In *Design Writing Research - Writing on Graphic Design*, 3–23. London: Phaidon Press.

- Maldonado, Tomás, ed. 2002. *Técnica E Cultura*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Maldonado, Tomás. 1972. *Design, Nature and Revolution, Toward a Critical Ecology*. New York: Harper & Row, Publishers.
- Maldonado, Tomás. 1999. *Design Industrial*. Lisboa: Edições 70.
- Manoury, Jean-Marie, and Vilém Flusser. 1973. “A Propos d'Abraham Moles. La Communication : Science Ou Idéologie ?.” *Communication Et Langages* 20 (1). Armand Colin: 35–52.
- Manovich, Lev. 2001. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Manovich, Lev. 2012. “Media Visualization : Visual Techniques for Exploring Large Media Collections.” *Media Studies Futures*, no. June 2011. Blackwell.
- Manovich, Lev. 2013. *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury.
- Margolin, Victor, and Sylvia Margolin. 2002. “A ‘Social Model’ of Design: Issues of Practice and Research.” *Design Issues* 18 (4): 24–30.
- Margolin, Victor. 1989. “Introduction.” , in *Design Discourse*. ed. Victor Margolin, Chicago: The University of Chicago Press.3–28
- Margolin, Victor. 1994. “The Age of Communication: a Challenge to Designers.” *Design Issues* 10 (1). MIT Press: 65–70.
- Margolin, Victor. 2014. *Design E Risco De Mudança*. Vila do Conde: Verso da História e ESAD.
- Margolin, Victor. 2015. *World History of Design*. Vol. 1. London: Bloomsbury Academic.
- Marsh, Patrick O. 1983. *Messages that Work, a Guide to Communication Design*. New Jersey: Educational Technology Publications.
- Martins, Hermínio. 2001. “O Princípio da Plenitude Artística, a Ciberiência e a Condição Pós-Histórica da Arte.” *Arte & Ciência*. Porto: Porto 2001, 50–71.
- Martins, Hermínio. 2005. “The Metaphysics of Information the Power and the Glory.” *Res-Publica*, no. 1: 165–92.
- Martins, Hermínio. 2013. “Images in Contemporary Science.”
- Marx, Karl. 1999 [1859]. *A Contribution to the Critique of Political Economy*. Moscow: Progress Publishers.

- Marx, Karl. 2010 [1867]. *Capital, a Critique of Political Economy Volume I*. Moscow: Progress Publishers.
- Mattelart, Armand, and Michèle Mattelart. 2002. *História Das Teorias Da Comunicação*. Porto: Campo das Letras.
- McDermott, Catherine. 2007. *Design the Key Concepts*. New York: Routledge.
- McLuhan, Marshall. 1962. "The Gutenberg Galaxy." *American Journal of Psychiatry*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, Marshall. 2008. *Compreender Os Meios De Comunicação, Extensões Do Homem*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Meggs, P B, and A W Purvis. 2012. *Meggs' History of Graphic Design*. John Wiley & Sons.
- Miranda, José Bragança de. 2004. "O Design como Problema." *Interact*, no. 10.
- Mitcham, Carl. 1995. "Ethics Into Design." in *Discovering Design*, edited by Richard Buchanan and Victor Margolin, 173–89. Chicago: The University of Chicago Press.
- Mitcham, Carl. 2006. "Os Desafios Colocados Pela Tecnologia à Responsabilidade Ética." *Análise Social* XLI (181). Lisboa: 1127–41.
- Moles, Abraham. 1969. "Objet Et Communication." *Communications* 13 (1): 1–21.
- Moles, Abraham. 1978. "L'image et le Texte." *Communication et Langages* 38 (1). Armand Colin: 17–29.
- Moles, Abraham. 1989. "The Legibility of the World: a Project of Graphic Design." In *Design Discourse, History Theory Criticism*, ed. Victor Margolin, 119–29. Chicago; Londres: The University of Chicago Press.
- Moles, Abraham. 1995. "Design and Immateriality: What of It in a Post Industrial Society?." In *The Idea of Design*, edited by Victor Margolin and Richard Buchanan, The Idea o:268–74. The MIT Press.
- Monmonier, Mark. 1996. *How to Lie with MAPs*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Morozov, Evgeny. 2011. *The Net Delusion*. New York: Public Affairs.
- Morozov, Evgeny. 2012. "Google Should Not Choose Right and Wrong." *Financial Times*. December 23. www.ft.com.
- Morozov, Evgeny. 2013. "Are Smart Gadgets Making Us Dumb?." Wall Street Journal. online.wsj.com.

- Morozov, Evgeny. 2014. “Da Utopia Digital ao Choque Social.” *Le Monde Diplomatique* Edição Portuguesa, nº 94, Agosto.
- Morris, William. 2003. “A Arte e os seus Produtores.” In *as Artes Menores e Outros Ensaios*:111–28. Lisboa: Antígona.
- Mumford, Lewis. 1934. *Technics and Civilization*. London: Routledge.
- Mumford, Lewis. 1964. “Authoritarian and Democratic Technics.” *Technology and Culture* 5 (1): 1–8.
- Mumford, Lewis. 2001[1952]. *Arte e Técnica*. Lisboa: Edições 70.
- Norman, Donald. 2004. *Emotional Design*. New York: Basic Books.
- Olins, Wally. 1995. *The New Guide to Identity*. Aldershot: Gower.
- Owens, Keith. 2006. “Design, Technology and Ethics.” *Design Philosophy Papers*, no. 3: 1–8.
- Padron, Ricardo. 2007. “Mapping Imaginary Worlds.” In *Maps, Finding Our Place in the Worl*, edited by James Akerman and Robert Karrow. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Papanek, Victor. 2011 [1970]. *Design for the Real World*. London: Thames and Hudson.
- Pavlus, John. 2011. “Design Basics: Proximity (or, Why Skype’s ‘End Call’ Button Is All Wrong).” *Co.Design*. <http://www.fastcodesign.com/1663927/design-basics-proximity-or-why-skypes-end-call-button-is-all-wrong>. (acedido em Maio de 2014)
- Pombo, Fátima. 2009. “A Philosophical Approach to Design. the Design of Philosophy.” In *CEPHAD 2010 // the Border- Land Between Philosophy and Design Research..* Danmarks DesignSkole - CEPHAD Centre for Philosophy and Design. 1–3.
- Potter, Norman. 2002. *What Is a Designer, Things, Places, Messages*. London: Hyphen Press.
- Poynor, Rick. 2001. *Obey the Giant: Life in the Image World*. Basel: Birkhäuser.
- Providência, Francisco. 2014. “Poeta Ou Aquele Que Faz: Design Lacónico Para Um Mundo Menos Cínico.” In *Design Et Al*, edited by Emílio Távora Vilar, 53–80. Lisboa: Dom Quixote.
- Pugin, A W N. 1841. *The True Principles of Pointed or Christian Architecture*. London: John Weale.
- Ranciére, Jacques. 2009. *The Future of the Image*. London: Verso.

- Rawsthorn, Alice. 2013. *Hello World*. London: Hamish Hamilton.
- Reis, Jorge dos. 2012. *Três Movimentos da Letra : O Desenho da Escrita em Portugal*. Vol. 1. Lisboa: Biblioteca Nacional.
- Remington, R Roger, and Robert S P Fripp. 2007. *Design and Science*. Burlington: Lund Humphries.
- Rodchenko, Alexander, and Varvara Stepanova. 1999. "Program of the First Working Group of Constructivists." In *Looking Closer 3: Classic Writings on Graphic Design*, edited by Michael Bierut, Jessica Helfand, Steven Heller, and Rick Poynor, 12–13. New Jersey: Allworth Press.
- Schwartz, Frederic J. 2007. "As Novas Formas da Cultura na Era Industrial." in *Deutscher Werkbund: 100 Anos de Arquitectura e Design na Alemanha 1907-2007*, 12–15. München: Prestel Verlag.
- Seligmann-Silva, M. 2009. "De Flusser a Benjamin Do Pós-Aurático Às Imagens Técnicas." *Flusser Studies*, no. 08.
- Serra, Paulo. 2006. "O Design Na Era Da Informação." *BOCC -Biblioteca Online De Ciências Da Comunicação*.
- Shedroff, Nathan. 1999. "Information Interaction Design: a Unified Theory of Design." In *Information Design*, edited by Robert Jacobson, 267–92. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Simmel, Georg, David Frisby, and Mike Featherstone. 1997. *Simmel on Culture*. Edited by David Frisby and Mike Featherstone. Londres: Sage Publications.
- Simmel, Georg. 1991 . "The Problem of Style." *Theory, Culture & Society* 8 (3). Sage Publications: 63–71.
- Simmel, Georg. 2004 [1900]. *The Philosophy of Money*. London: Routledge.
- Simon, Herbert. 1996. *Sciences of the Artificial*. Cambridge: MIT Press.
- Singleton, Benedict. 2014. "(Notes-Towards) Speculative Design." In *Speculative Aesthetics*, edited by Robin Mackay, Luke Pendrell, and James Trafford, 140. Falmouth: shifter-magazine.com.
- Sontag, Susan. 2008. *On Photography*. London: Penguin Books.
- Spiekermann, Erik, and E M Ginger. 1993. *Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works*. Mountain View: Adobe Press.
- Spitz, Dr René. 2005. *HfG Hochschule Für Gestaltung Ulm (Ulm School of Design). the View Behind the Foreground*. Stuttgart: Axel Menges

- Subtil, Filipa. 2006. *Compreender Os Media, as Extensões De Marshall McLuhan*. Coimbra: Edições Minerva.
- Tavares, Cristina Azevedo. 2012. “A Procura Do Belo E Da Verdade: Arte Médica E Estética.” *Arte Teoria*, no. 14/15. Lisboa: 9–16.
- Thackara, John. 1988. *Design After Modernism*. Londres: Thames and Hudson.
- Thackara, John. 2005. *In the Bubble, Designing in a Complex World*. Cambridge: The MIT Press.
- Thompson, E P. 2011. *William Morris: Romantic to Revolutionary*. Pontypool: The Merlin Press.
- Tonkinwise, Cameron. 2004. “Is Design Finished? - Dematerialisation and Changing Things.” *Design Philosophy Papers*, no. 3.
- Tonkinwise, Cameron. 2014. “Design Studies - What Is It Good for?.” Edited by Elizabeth Guffey. *Design and Culture* 6 (01). London: 5–43.
- Tonkinwise, Cameron. 2015. “Just Design .”
- Tschichold, Jan. 1995. *The New Typography*. Berkley: Univesity of California Press.
- Tufte, Edward. 1997. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*. Cheshire: Graphics Press.
- van Wijk, J J. 1987. “The Value of Visualization.” *VIS 05. IEEE Visualization, 2005*. Ieee, 79–86.
- Vanderlans, Rudy, Zuzana Licko, Mary E Gray, and Mr Keedy. 1994. *Emigre: Graphic Design Into the Digital Realm*. London: Booth-Clibborn Editions.
- Verbeek, Peter-Paul. 2005. *What Things Do : Philosophical Reflections on Technology, Agency, and Design*. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- Verbeek, Peter-Paul. 2006. “Tecnópolis: A Vida Pública dos Artefactos Tecnológicos.” *Análise Social* XLI (181). Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa: 1105–25.
- Verbeek, Peter-Paul. 2007. “Beyond the Human Eye Technological Mediations and Posthuman Visions.” in *Mediated Vision*, edited by P J H Kockelkoren, 1–7. Arnhem/Rotterdam: Veenman.
- Verbeek, Peter-Paul. 2011. *Moralizing Technology: Understanding and Designing the Morality of Things*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Verbeek, Peter-Paul. 2012. "Politics at Issue on Art and the Democratization of Things." Edited by Jorinde Seijdel and Liesbeth Melis. *Open Cahier on Art and the Public Domain* 11 (24): 18–27.
- Vial, Stéphane. 2014. *Court Traité du Design*. Paris: Quadrige
- Vial, Stéphane. 2012. "Qu 'Appelle - T -on « Design Numérique »?." *Interfaces Numériques* 1 (1): 91–106.
- Viégas, Fernanda B, and Martin Wattenberg. 2008. "TIMELINE Tag Clouds and the Case for Vernacular Visualization." *Interactions* 15 (4). ACM: 49–49.
- VV, A A. 2010. *CEPHAD 2010 // the Border- Land Between Philosophy and Design Research..* Danmarks DesignSkole - CEPHAD Centre for Philosophy and Design.
- Walker, John. 1989. "Defining the Object of Study." in *Design History or the History of Design*, 22–36. Londres: Pluto Press.
- Wansink, Brian, and Katie Love. 2014. "Slim by Design: Menu Strategies for Promoting High-Margin, Healthy Foods." *International Journal of Hospitality Management* 42 (September): 137–43. doi:10.1016/j.ijhm.2014.06.006.
- Wardrip-Fruin, and Nick Montfort, eds. 2003. *The New Media Reader*. Cambridge: MIT Press.
- Whiteley, Nigel. 1997. *Design for Society*. London: Reaktion Books.
- Wigley, Mark. 2007. "Whatever Happened to Total Design ?." In *Design and Art*, ed. by Alex Coles, 157–71. London and Cambridge: Whitechapel and The MIT Press.
- Willis, Anne-marie. 2006. "Ontological Designing." *Design Philosophy Papers* 3: 1–11.
- Winner, Langdon. 1986. "Do Artifacts Have Politics?." In *The Whale and the Reactor*, 19–39. Chicago: University of Chicago Press.
- Winner, Langdon. 1986a. *The Whale and the Reactor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Winner, Langdon. 1986. "Do Artifacts Have Politics?." In *The Whale and the Reactor*, 19–39. Chicago: University of Chicago Press.
- Winner, Langdon. 1991. "Mythinformation in the High-Tech Era." In *Questioning Technology*, edited by John Zerzan and Alice Carnes. Philadelphia: New Society Publishers.
- Winner, Langdon. 2003. "Are Humans Obsolete?." *Hedgehog Review* 3 (3).

- Wurman, Richard Saul. 2000. *Information Anxiety 2*. Harlow: Pearson Education.
- Zaccai, Gianfranco. 1995. "Art and Technology Aesthetics Redefined." In *Discovering Design*, ed. Richard Buchanan and Victor Margolin, 3–12. Chicago: The University of Chicago Press.
- Zielinski, Siegfried. 2004. "Vilém Flusser : a Brief Introduction to His Media Philosophy." In, 1–6. Vilém Flusser Archiv.n.d. In.
- Žižek, Slavoj. 2010. "O Design como Ideologia." Ed. José Bártolo. *Revista de Comunicação e Linguagens*, no. 41 (October). Lisboa: 137–48.

Fontes das imagens

1. Victoria & Albert Museum <http://collections.vam.ac.uk/item/O15936/table-pugin-augustus-welby/>
2. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=8929973>
3. <http://www.tipografos.net/design/behrens.html>
4. <http://kids.britannica.com/comptons/art-137253/Peter-Behrens-designed-a-logo-for-AEG-in-1907>
5. Bauhaus-Archiv, Berlin, <http://bauhaus-online.de/atlas/werke>
6. The Charnel House <http://rosswolfe.files.wordpress.com/2013/11/farkas-molnar-project-for-a-single-family-house-der-rote-wiirfel-the-red-cube-presentation-drawing-1923-ink-and-gouache-on-board-59-x-915cm.jpeg>
7. Werkbund Archiv, http://www.museumder-dinge.de/stand_der_dinge/stand_der_dinge/2010-06-10_Frankfurter-Kueche.php
8. Werkbund Archiv, http://www.museumder-dinge.de/stand_der_dinge/stand_der_dinge/2010-06-10_Frankfurter-Kueche.php
9. Christos, V. - Own work, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=16078305>
10. Ricardo Santos <http://vanarchiv.com/lisboa/>
11. <http://designobserver.com/feature/the-graphic-design-olympics/2517/>
12. [https://www.behance.net/gallery/16899137/-Kong-\(Chinese-Typography\)](https://www.behance.net/gallery/16899137/-Kong-(Chinese-Typography))
13. *Vilém Flusser Archiv*, Universitat der Kunste, Berlin

14. <http://fluid.media.mit.edu/projects/sixthsense>
15. ioun
16. <http://www.cranbrookart.edu/museum/artwork/katherine-mccoy-posters-the-graduate-program-in-design/>
17. *Emigre*, 13, 1989
18. Carson, David, *The End of Print*
19. <https://www.typographicposters.com/wolfgang-weingart/>
20. Forty, Adrian. *Objectos of Desire*,
21. www.skype.com
22. <http://qablog.practitest.com/wp-content/uploads/2010/06/Upsidedown-Map-Of-The-World-Optimized.jpg>
23. http://www.worldmapsonline.com/images/murals/mercator_classic_world_political_wall_mural_lg.jpg
24. Bonsiepe, Gui, (1990) “The interface design of Computer programmes” in *Interface an Approach to Design*, Jan van Eyck Akademie, Maastricht
25. https://civicquarterly.com/images/issue_2/jh/1_1024.png
26. Dunne, Anthony, Rabi, Fiona, 2013, *Speculative Design*
27. <http://www.dunneandraby.co.uk/content/projects/10/0>
28. <https://i.guim.co.uk/img/static/sys-images/Guardian/Pix/pictures/2010/5/7/1273232964775/Map-of-Eneropa-005.jpg?w=700&q=55&auto=for-mat&usm=12&fit=max&s=c0dc9911a20fec7528e0b57fff5fde97>
29. Eames, Charles and Ray, 1977, *Powers of Ten*
30. http://www.space.com/images/i/000/000/127/original/070108_darkmatter_map_02.jpg
31. <http://www.sagmeisterwalsh.com/work/project/seed-logo/>
32. <http://www.sciencemuseum.org.uk/~media/rwscim/whoami/findoutmore/what%20is%20a%20brainbow.jpg>
33. <http://content.stamen.com>
34. Works That Work Magazine, n°1
35. The Science Of Menu Design: How Restaurants Can Make You Choose A Salad Over A Cheeseburger, <http://www.fastcodesign.com/3034284/restaurants-can-make-you-choose-a-salad-over-a-cheeseburger-heres-how>

36. Vitsoe, <https://www.vitsoe.com/gb/news/ten-principles-poster>
37. <http://www.google.com/landing/now/#gnow-tabset-manage>
38. http://infosthetics.com/archives/2011/06/visualizing_1000_nike_runs_in_new_york_city.html
39. www.gov.uk